



**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA  
COMERCIALIZADORA DE FRUTAS TROPICALES**

**DIANA LIZETH URIBE CIFUENTES  
MARTHA CECILIA ACEVEDO BETANCUR**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y ADISTANCIA UNAD  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
TECNOLOGIA EN GESTION COMERCIAL Y DE NEGOCIOS  
PEREIRA - 2005  
OCCIFRUTAS LTDA**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA  
COMERCIALIZADORA DE FRUTAS TROPICALES**

**DIANA LIZETH URIBE CIFUENTES  
MARTHA CECILIA ACEVEDO BETANCUR**

**Proyecto de Desarrollo empresarial y tecnológico presentado como  
requisito final para optar el título  
De tecnología en administración de empresas**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y ADISTANCIA UNAD  
FACULTAD ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
GESTION COMERCIAL Y DE NEGOCIOS  
PEREIRA - 2005**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma jurado**

---

**Firma Jurado**

**Pereira 30 de Septiembre de 2005**

## CONTENIDO

|       |  | Pág. |
|-------|--|------|
|       | INTRODUCCIÓN .....                           |      |
| 1.    | JUSTIFICACION Y TERMINOS DE REFERENCIA ..... | 2    |
| 1.1   | REFERENTES CONTEXTUALES .....                | 3    |
| 1.2   | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....             | 4    |
|       |  | 5    |
| 1.3   | REFERENTES CONCEPTUALES .....                | 6    |
|       |  | 7    |
|       |  | 8    |
| 1.4   | OBJETIVOS .....                              | 9    |
| 1.4.1 | Objetivos Generales .....                    | 9    |
| 1.4.2 | Objetivos Específicos .....                  | 9    |
| 1.5   | PROCEDIMIENTOS METODOLOGICOS EMPLEADOS ..... | 10   |
|       |  | 10   |
| 1.5.1 | FUENTES DE INFORMACION .....                 | 11   |
|       |  | 11   |
| 1.5.2 | ANALISIS DE LA INFORMACION .....             | 12   |
| 1.6   | ALCANCES DEL PROYECTO .....                  | 12   |
| 1.6.1 | Limitaciones del proyecto .....              | 13   |
| 2.    | ESTUDIO DE MERCADO .....                     | 14   |
| 2.1   | Objetivo general .....                       | 14   |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 2.2    | Objetivo específico                              | 14 |
|        |  | 15 |
|        |  | 16 |
|        |  | 17 |
|        |  | 18 |
| 2.3    | IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN<br>DEL PRODUCTO | 19 |
|        |  | 20 |
|        |  | 21 |
|        |  | 22 |
|        |  | 23 |
| 2.4    | CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR                   | 24 |
|        |  | 25 |
|        |  | 26 |
| 2.5    | DELIMITACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO           | 27 |
|        |  | 28 |
|        |  | 29 |
|        |  | 34 |
| 2.6.1  | Demanda del proyecto                             |    |
|        |  | 35 |
| 2.7    | ANALISIS DE LA OFERTA                            | 36 |
|        |  | 37 |
|        |  | 38 |
| 2.8    | DETERMINACION DEL TIPO DE DEMANDA.               |    |
| 2.8.2. | Descripción del sistema de comercialización      | 39 |
|        |  | 40 |

|       |   |       | <b>Pág.</b> |
|-------|---|-------|-------------|
| 2.9   | COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO               |       | 41          |
| 2.9.1 | Distribución de la Fruta                    | ..... | 42          |
|       |   |       | 43          |
|       |   |       | 44          |
| 3     | PROMOCION Y PUBLICIDAD                      |       | 45          |
|       |   | ..... | 46          |
|       |   |       | 47          |
|       |   |       | 48          |
|       |   |       | 49          |
| 3.1   | ANALISIS DEL MERCADO DE PRODUCTOS E INSUMOS | ..... | 50          |
|       |   |       | 49          |
|       |   |       | 48          |
|       |   |       | 49          |
|       |   |       | 50          |
|       |   |       | 51          |
| 3.2   | CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO         | ..... | 52          |
|       |   |       | 53          |
| 4.    | ESTUDIO TECNICO                             | ..... | 54          |
| 4.1   | OBJETIVOS GENERALES                         | ..... | 54          |
| 4.1.1 | Objetivos Específicos                       | ..... | 54          |

|       |   |    |
|-------|---|----|
|       |   | 55 |
| 4.2   | TAMAÑO DEL PROYECTO .....                       | 56 |
| 4.2.1 | Capacidad del financiamiento .....              | 57 |
| 4.2.2 | Ventaja Competitiva .....                       | 58 |
| 4.2.3 | Disponibilidad de Productos .....               | 58 |
| 4.2.4 | Distribución geografica del Mercado .....       | 58 |
| 4.2.5 | Estacionalidad Y Fluctuaciones .....            | 59 |
| 4.2.6 | Inflación, Devaluación y Tasas de Interes ..... | 59 |
| 4.2.7 | Valoración del Riesgo .....                     | 59 |
|       |   | 59 |
|       |   | 60 |
| 4.3   | LOCALIZACION .....                              | 61 |
|       |   | 62 |
|       |   | 63 |
| 4.3.2 | Micro-Localizacion .....                        | 64 |
|       |   | 65 |
| 4.4   | PROCESO PARA EL ALISTAMIENTO DE LA FRUTA .....  | 66 |
|       |   | 67 |
|       |   | 68 |
|       |   | 69 |
|       |   | 70 |
| 4.4.1 | Descripción de Procesos .....                   | 71 |
|       |   | 72 |
|       |   | 73 |



|       |                                     | Pag. |
|-------|-------------------------------------|------|
|       |                                     | 74   |
| 4.5   | OBRAS FISICAS Y DISTRIBUCION PLANTA | 74   |
| 4.5.1 | Distribución en Tabla               | 75   |
|       |                                     | 76   |
| 4.6   | Estudio Administrativo              | 77   |
|       |                                     | 78   |
|       |                                     | 79   |
|       |                                     | 80   |
| 4.6.2 | Constitución Juridica               | 81   |
|       |                                     | 82   |
|       |                                     | 83   |
|       |                                     | 84   |
|       |                                     | 85   |
|       |                                     | 86   |
| 4.6.3 | Funcionamiento de La Empresa        | 87   |
|       |                                     | 88   |
|       |                                     | 89   |
|       |                                     | 90   |
|       |                                     | 91   |
| 4.6   | CONCLUSION DEL ESTUDIO TECNICO      | 92   |
| 5.    | ESTUDIO FINANCIERO                  | 93   |
| 5.1   | OBJETIVOS GENERALES                 | 93   |
| 5.1.2 | OBJETIVOS ESPECIFICOS               | 93   |
| 5.2   | INVERSIONES                         | 94   |

|       |  |       |     |
|-------|--|-------|-----|
| 5.21  | Inversiones de adecuaciones locativas    | ..... | 94  |
| 5.22  | Inversión en equipo                      | ..... | 95  |
|       |  |       | 96  |
|       |  |       | 97  |
| 5.3   | COSTOS OPERACIONALES                     | ..... | 98  |
| 5.31  | Costos mano de obra                      | ..... | 98  |
|       |  |       | 99  |
| 5.3.2 | Costos de frutas y materiales indirectos | ..... | 100 |
| 5.3.3 | Gastos por depreciación                  |       | 101 |
|       |  |       | 102 |
| 5.3.4 | Gastos de Administración                 | ..... | 102 |
|       |  |       | 103 |
|       |  |       | 104 |
| 5.4.4 | Gastos de Admón. Y ventas                | ..... | 105 |
|       |  |       | 106 |
|       |  |       | 107 |
|       |  |       | 108 |
|       |  |       | 109 |
|       |  |       | 110 |
| 5.5   | ANALISIS FINANCIEROS                     | ..... | 111 |
|       |  |       | 112 |
|       |  |       | 113 |

|  | Pag. |
|--|------|
|  | 114  |
| CONCLUSIONES DEL ANALISIS FINANCIERO ..... | 115  |
|  | 116  |
| BIBLIOGRAFÍA                               | 117  |
| ANEXOS                                     | 118  |

## LISTA DE TABLAS

|           |  | <b>Pág.</b> |
|-----------|--|-------------|
| Tabla 1.  | Características de Cartago   | 25          |
| Tabla 2.  | Características de Pereira   | 28          |
| Tabla 3.  | Cantidades y porcentajes de población según sector económico         | 28          |
| Tabla 4.  | Características de Dosquebradas                                      | 29          |
| Tabla 5.  | Tabulación de la demanda total según Superficie comercial y producto | 30          |
| Tabla 6.  | Dimensión Estimada Del Mercado (Superficies Comerciales)             | 31          |
| Tabla 7.  | Demanda promedio de frutas según superficie comercial                | 34          |
| Tabla 8.  | Cantidades producidas/ mes frutas                                    | 36          |
| Tabla 9.  | Información de Precios.  | 39          |
| Tabla 10  | Inflación Estimada   | 40          |
| Tabla 11. | Demanda  | 55          |
| Tabla 12. | Participación Absoluta   | 56          |

|           |  |       | <b>Pág.</b> |
|-----------|--|-------|-------------|
| Tabla 13. | Participación Porcentual estimada en el mercado del proyecto y los competidores    | ..... | 57          |
| Tabla 14. | Macro- Localización  | ..... | 60          |
| Tabla 15. | Micro –localización  | ..... | 64          |
| Tabla 16. | Criterios para la selección de las frutas  | ..... | 69          |
| Tabla 17. | Normas de Calidad para la clasificación de la maracuya                             | ..... | 70          |
| Tabla 18. | Normas de calidad para clasificación de la granadilla                              | ..... | 70          |
| Tabla 19. | Normas de calidad para clasificación Del Melón                                     | ..... | 70          |
| Tabla 20. | Normas de calidad para clasificación De la papaya                                  | ..... | 71          |
| Tabla 21. | Socios y Monto   | ..... | 79          |
| Tabla 22. | Políticas y normas Socios y monto  | ..... | 80          |
| Tabla 23. | Capacitación y desarrollo  | ..... | 90          |
| Tabla 24. | Modelo cronograma de capacitación para el personal operario de la comercializadora | ..... | 91          |
| Tabla 25. | Modelo cronograma de capacitación para el personal directivo y administrativo      | ..... | 91          |
| Tabla 26. | Promedio de inflación proyectada   | ..... | 94          |

|           |   |       | <b>Pág.</b> |
|-----------|---|-------|-------------|
| Tabla 27. | Inversión Diferida                            | ..... | 95          |
| Tabla 28. | Inversión en equipo                           | ..... | 96          |
| Tabla 29. | Inversión en equipo de oficina y computo      | ..... | 97          |
| Tabla 30. | Mano de Obra Directa                          | ..... | 98          |
| Tabla 31. | Presupuesto Mano de obra Directa Proyectada   | ..... | 99          |
| Tabla 32. | Presupuesto de Compra de Frutas               | ..... | 100         |
| Tabla 33  | Presupuesto de Materiales Indirectos          | ..... | 100         |
| Tabla 34  | Costos de Servicios                           | ..... | 101         |
| Tabla 35  | Depreciación                                  | ..... | 101         |
| Tabla 36  | Gastos de Personal Administrativo             | ..... | 103         |
| Tabla 37  | Gastos de Administración y ventas proyectadas | ..... | 104         |
| Tabla 38  | Presupuesto de Unidades a comercializar       | ..... | 105         |
| Tabla 39  | Presupuesto de Costos Operacionales           | ..... | 106         |
| Tabla 40  | Presupuesto de ventas                         | ..... | 107         |

|          |                                    |       |     |
|----------|------------------------------------|-------|-----|
| Tabla 41 | Estado de Resultados Proyectado    | ..... | 108 |
| Tabla 42 | Balance General                    | ..... | 109 |
| Tabla 43 | Balance General Pasivos-Proyectado | ..... | 110 |

**LISTA DE GRAFICOS**

|   | Pág. |
|---|------|
| Gráfico No. 1 Consumidor final superficies      | 24   |
| Gráfico No. 2 Ubicación productores encuestados | 35   |
| Gráfico No. 3 Productos a los cuales se dedican | 36   |
| Grafico No. 4. Participación % en el mercado    | 57   |



## INTRODUCCION

El proyecto apunta al montaje y puesta en marcha de una comercializadora de frutas tropicales para abastecer el mercado del Eje Cafetero y Norte del Valle. Esta idea nace de la vocación agrícola que se tiene en la región Norte del Valle del Cauca y pensando en que las dietas nutricionales tienden en el mundo entero hacia el consumo de fruta fresca. De manera más específica pretende dar respuesta a la necesidad que se presenta en los productores por la deficiente capacitación en el proceso de comercialización y en algunos casos en el manejo de post- cosecha.

Establecer la factibilidad del proyecto demandó adelantar un estudio en cuatro fases:

1. Estudio de mercado, para establecer la demanda y la oferta (Determinar las cantidades de frutas que los consumidores estarían dispuestos a adquirir), conocer las necesidades y características de los consumidores potenciales, la incidencia en la comunidad.
2. Estudio Técnico, para definir el tamaño, la localización, el proceso productivo, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para la operación.
3. Estudio Financiero, para establecer el monto de los recursos financieros que serán necesarios para la implementación y operación del proyecto.
4. Evaluación del proyecto, para ponderar y analizar las principales variables que intervinieron en el, de tal manera que se pueda tomar la decisión de ejecutarlo, modificarlo o rechazarlo.

## 1. JUSTIFICACION Y TERMINOS DE REFERENCIA

**1.1 Referentes Contextuales.** La región Norte del Departamento del Valle del Cauca comprende 18 municipios y es considerada La despensa Frutícola del Sur Occidente Colombiano, dependiendo de las características agro- climáticas de cada municipio, se ha especializado en el cultivo de tres o cuatro clases de frutas representativas por las características de la zona climática que le corresponde.

La región Norte del Valle Del Cauca, posee características similares a La región del Eje Cafetero de la cual dista en menos de cien kilómetros. Esta zona se caracteriza porque su economía gira entorno al sector agrícola, estos municipios cultivan unas 80.000 hectáreas, principalmente cultivos de pan coger, a excepción de Cartago, Zarzal, Roldanillo, La Unión, Toro donde además de la caña de azúcar, existen otros cultivos comerciales como: Maíz, algodón, yuca, sorgo, frutales como: uva, melón, papaya, maracuyá, guanábana, guayaba, cítricos, en el distrito de riego RUT (debe su nombre a las iniciales de los municipios donde tiene jurisdicción), en el resto sobresalen cultivos para la alimentación según relación que se presenta:

| <b>MUNICIPIO</b>                              | <b>PRODUCCIÓN<br/>TONELADAS</b> | <b>SUPERFICIE<br/>SEMBRADA /HA</b> |
|---|---------------------------------|------------------------------------|
| El Dovio                                      | 11.240                          | 660                                |
| La Victoria                                   | 219.780                         | 3.540                              |
| Bolívar                                       | 37.440                          | 1.900                              |
| Zarzal  | 2.950.000                       | 26.760                             |
| El Águila                                     | 470                             | 6.150                              |
| El Cairo                                      | 7.880                           | 840                                |
| Toro  | 239.240                         | 5.410                              |
| Obando  | 391.700                         | 8.380                              |
| La Unión                                      | 127.320                         | 3.800                              |
| Versalles                                     | 12.500                          | 870                                |
| Argelia                                       | 3.400                           | 450                                |
| Anserma nuevo                                 | 462.070                         | 4.550                              |
| Roldadillo                                    | 183.020                         | 6.530                              |
| Sevilla                                       | 19.210                          | 1.590                              |
| Caicedonia                                    | 35.340                          | 3.710                              |
| Cartago                                       | 489.670                         | 6.580                              |
| Alcalá  | 8.140                           | 610                                |
| Ulloa   | 770                             | 70                                 |
| <b>TOTAL NORTE DEL VALLE</b>                  | <b>5.205.070</b>                | <b>76.720</b>                      |
| <b>FUENTE: COMITÉ DE CAFETEROS ROLDANILLO</b> |                                 |                                    |

Las actividades agropecuarias predominantes en la zona de ladera son el café 25% y los pastos el 50%. Así mismo en centros como Cartago, Pereira Dosquebradas, Manizales, Armenia la actividad comercial turística e industrial contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes. En particular el sector comercial de Pereira que es el 63% de las principales actividades se ha visto mejorado con la presencia de grandes centros comerciales y grandes superficies, como Makro, Carrefour, Bolívar Plaza, Ciudad Victoria, y próximamente Almacenes Éxito S.A.

## 1.2 Planteamiento del Problema

Los estudios preeliminares<sup>1</sup> muestran que en la actualidad los agricultores de la región Norte del Valle del Cauca vienen afrontando problemas económicos producto de la pérdida que genera la tardanza en la venta de sus productos, debido al desconocimiento en los procesos logísticos para la comercialización, y mal manejo que se le da a esta en los procesos de cosecha y poscosecha, por el nivel de competencia en los precios, por la cantidad de intermediarios e inestabilidad que ello implica. Situaciones como esta, que en términos económicos significan miles de millones de pesos al año,<sup>2</sup> llevan a pensar en crear una comercializadora con el propósito de buscar mejores alternativas para productos agrícolas, crear niveles de capacitación, apoyo e impulso de estos, con el fin de crear nuevos canales de distribución en la cual se de excelente servicio, calidad, y así crear equidad y nivelación de precios logrando un punto de equilibrio y beneficio tanto para el sector agrícola como para el cliente y/o consumidor final quienes en el momento de adquirir un producto buscan calidad, y precio.

Las alternativas de solución tendrán que ver con el establecimiento de lugares de acopio en donde con un manejo técnico y una agilidad en el proceso de comercialización se minimicen las posibilidades de pérdidas y de esta manera los agricultores tengan excelente retorno de su inversión.

---

<sup>1</sup>FUENTE: ESTADÍSTICAS COMITÉ DE CAFETEROS ROLDANILLO 2.004

<sup>2</sup> IBID (1)

### 1.3 Referentes conceptuales

Mediante entrevistas, reuniones con agricultores, productores, comercializadores, transportadores e informes de revistas y periódicos vinculados a este sector, se encontraron las siguientes consideraciones en el mercado:

- En el manejo de la fruta a nivel nacional y/o regional no existe una unidad de criterios para el manejo de las frutas tropicales como: maracuyá, granadilla, melón y papaya al momento de cosecha, en las fincas se pierde la fruta porque el agricultor no tiene claridad sobre el manejo comercial que se le debe dar, es decir que la producción está desarticulada de la comercialización.
- Los productores también tienen inconvenientes con el transporte, pues es importante evaluar si la infraestructura es adecuada para las condiciones de conservación del producto.
- Los jefes de compra de las grandes superficies comerciales creen que hay dificultades en cuanto a la distribución, manipulación y transporte de estos productos, porque el productor no tiene en cuenta que la calidad del producto nace en la precosecha, se especifica en la cosecha, y se destaca en los procesos de adecuación y empaque, que se debe mantener en el transporte y almacenamiento, lo cual permita la comercialización y entrega al consumidor final.
- Se siembra sin planificación, hay mucha producción de estas y la venta no está asegurada.

Los beneficios del consumo de las Frutas Tropicales a comercializar por “OCCIFRUTAS LTDA” para el ser humano son:

**PAPAYA.** La papaya es un alimento rico en vitaminas que resulta muy beneficioso en los siguientes casos:

- Agiliza cicatrizaciones internas y externas
- Mejora el ritmo cardiaco
- Digiere las proteínas muertas, consiguiendo que no influyan en el funcionamiento de las demás.
- Reduce la inflamación intestinal
- Ayuda a conservar la piel sana
- Defiende al organismo ante alergias e infecciones
- Actúa como un laxante suave y combate el estreñimiento
- Favorece el buen funcionamiento del hígado y el páncreas

**MELON.** Es un gran neutralizante de la acidez, laxante y diurético. Es una fruta que no tiene contraindicaciones, se puede consumir esta fruta aprovechando al máximo sus propiedades.

**GRANADILLA.** Se considera la fruta pediátrica por excelencia, por las proteínas que posee y las sustancias Cicatrizantes. Activa el timo que inmuniza a los niños y aumenta su crecimiento. Su alcalinidad combate la acidez del embarazo, ayuda al metabolismo, consumiendo 2 granadillas al acostarse mejora úlceras pépticas y gastralgias.

**Propiedades:** Contiene calorías (94%), agua (76%), proteínas, calcio, fósforo (64mg) Hierro, grasas, carbohidratos, fibra, riboflavina, niacina, vitamina A y ácido ascórbico.

Su vitamina C fortalece los mecanismos inmunológicos, se usa la raíz disecada para cataplasmas.

**MARACUYA.** El agua es su principal componente. Contiene una alta cantidad de hidratos de carbono por lo que su valor calórico es muy elevado.

Cabe destacar su contenido de pro vitamina A, vitamina C y respecto a los minerales, su aporte de potasio, fósforo y magnesio.

La variedad amarilla es más rica en minerales y en pro vitamina A que la morada.

Además, contiene una cantidad elevada de fibra, que mejora el tránsito intestinal y reduce el riesgo de ciertas alteraciones y enfermedades. Es una fruta dulce, refrescante y de fácil consumo, rica en sustancias de acción antioxidante, motivo por el cual su consumo es adecuado, teniendo en cuenta además sus propiedades nutritivas.

Por su aporte de pro vitamina A y vitamina C, se recomienda su consumo especialmente a quienes tienen un mayor riesgo de sufrir carencias de dichas vitaminas: personas que no toleran los cítricos, el pimiento u otros vegetales, que son fuente casi exclusiva de vitamina C en nuestra alimentación; para quienes deben llevar a cabo una dieta baja en grasa y por tanto con un contenido escaso de vitamina A o para personas cuyas necesidades nutritivas están aumentadas. Algunas de estas situaciones son: periodos de crecimiento, embarazo y lactancia materna. Así mismo, el tabaco, el abuso del alcohol, el empleo de ciertos medicamentos, el estrés y defensas disminuidas, la actividad física intensa, el cáncer y el Sida, y las enfermedades inflamatorias crónicas disminuyen el aprovechamiento y producen mala absorción de nutrientes.

Su alto contenido de fibra le confiere propiedades laxantes. La fibra previene o mejora el estreñimiento, contribuye a reducir las tasas de colesterol en sangre y al buen control de la glucemia (niveles de azúcar en sangre) en las personas que tienen diabetes. Ejerce un efecto saciante, lo que beneficia a las personas que llevan a cabo una dieta para perder peso, teniendo en cuenta la cantidad a consumir. Su contenido de potasio,

deberán tenerlo en cuenta las personas que padecen de insuficiencia renal y que requieren de dietas especiales controladas en este mineral. Sin embargo, quienes toman diuréticos que eliminan potasio y las personas con bulimia se beneficiarán de su consumo, ya que en estas frutas abunda dicho mineral.

Investigaciones realizadas en las últimas décadas han demostrado que una dieta rica en frutas y vegetales protege contra muchas formas de cáncer y disminuye la ocurrencia de enfermedades coronarias. El aumentar el consumo de frutas y vegetales frescos a cinco porciones por persona al día es la base de las recomendaciones **del U. S. Dietary Guidelines and Public Health** para lograr el objetivo de reducir la aparición de enfermedades crónicas.

Entonces las frutas frescas y los vegetales cobrarán mayor importancia para la salud pública. Esto significa, por otra parte, que los productores deben asumir muy seriamente su responsabilidad para minimizar los peligros potenciales a nivel microbiológico y de residuos químicos en todas las fases de la cadena: producción, empaque y distribución de estos productos.

En el ámbito nacional según información disponible por CORPOICA,<sup>3</sup> Colombia presenta uno de los rendimientos por hectárea más altos dentro del conjunto de países que conforman los principales productores de frutas y los pertenecientes al ALCA con 12.4 toneladas / hectárea. Debido a que no fue posible contar con información desagregada para los productos en estudio, se toma como referencia la información estadística reportada por los agrónomos de la región, sin embargo se debe tener en cuenta que estos productos varían dependiendo de cada municipio por lo que es difícil hacer comparaciones.

---

<sup>3</sup> CORPOICA VALLE DEL CAUCA



## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. OBJETIVOS GENERALES**

Establecer la factibilidad para el montaje de una comercializadora de frutas tropicales para abastecer el mercado del Eje Cafetero y del Norte del Valle.

### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Cuantificar la oferta de los agricultores de frutas tropicales (como: maracuyá, granadilla, melón y papaya) en la región norte del valle del Cauca.
- Realizar un estudio de Mercados, para determinar la demanda de los consumidores en cuanto cantidades, gustos y preferencias, la frecuencia de compra y los precios a los cuales los consumidores potenciales estarían dispuestos a adquirir los productos en los mercados de Cartago en el Valle del Cauca, Pereira y Dosquebradas en Risaralda.
- Estimar el comportamiento futuro de la demanda y la oferta de los productos.
- Realizar un estudio técnico que permita optimizar los recursos físicos para la conservación y comercialización de los productos y cuantificar el monto de las inversiones y los costos de operación.
- Hacer un estudio económico y financiero para calcular el monto de los ingresos y egresos que se obtendrán durante el periodo de recuperación de la inversión.
- Evaluar a través de las herramientas financieras como: el VPN, y la TIR la rentabilidad para determinar la factibilidad del proyecto.



## 1.5 PROCEDIMIENTOS METODOLOGICOS EMPLEADOS

Partiendo de la información de carácter secundario, se hace necesaria una investigación de tipo concluyente, con la cual se busca probar y analizar los argumentos relacionados.

### 1.5.1 FUENTES DE INFORMACION

Para el desarrollo de este proyecto se hace necesario apoyarse en informaciones primarias y secundarias y realizar una verdadera toma de contacto con el mercado.

**1.5.1.1 Fuentes Primarias.** De tipo cuantitativo y cualitativo, a través de encuestas personales hechas directamente tanto a productores como a los intermediarios de cada supermercado y /o almacén de cadena.

**Productores:** 84 (ochenta y cuatro) que comprenden la región Norte del Valle del Cauca ( La Unión, El Dovio, Versalles, Roldanillo, Bolívar), los cuales brindaron información sobre su localización, capacidad productiva y sus productos, apreciaciones sobre el mercado (precios, canales de distribución, calidad, etc.), asistencia técnica y conformidad con el sistema de comercialización actual. La información acerca de la ubicación de estos productores fue suministrada por los Ingenieros Agrónomos Diego Román Payán y Julio Cesar Moreno, quienes se desempeñan como asistentes técnicos de esta zona y, a su criterio son los de mayor representatividad productiva en la región.

Gerentes y jefes de compras de las superficies comerciales: 74 (setenta y cuatro superficies); obtenidas de los registros de cámara y comercio correspondientes a Cartago, Pereira, Dosquebradas. Quienes manejan la logística de las frutas y que tienen un amplio bagaje en este campo; ellos proporcionaron información sobre que productos compran, cantidades, rotación, periodos de compra, proveedores, precios, pago a proveedores.

**1.5.1.2 Fuentes Secundarios.** Requerida para complementar datos acerca de cómo ha evolucionado el mercado de las frutas y así obtener un mejor conocimiento de este. Fuentes Internet, Revistas Agrarias, Estadísticas de los Planes de Desarrollo de las Regiones involucradas en el proyecto.

## **1.5.2 ANALISIS DE LA INFORMACION**

La información obtenida en las encuestas será procesada a través de la tabulación de los datos para calcular la frecuencia absoluta y relativa en las respuestas con el fin de determinar la representatividad en las mismas, además se diseñarán los gráficos que permitirán una mayor claridad de la información obtenida.

## **1.6 ALCANCES DEL PROYECTO**

Es importante resaltar que las comercializadoras de productos agrícolas se han convertido en microempresas generadoras de empleo<sup>4</sup>. A escala rural: en procesos de acopio, adecuación y transporte de productos. En el ámbito urbano, en oficios de Lavado, Selección y Clasificación, Encerado, Empaque, Conservación y la Adecuación final y transporte de los productos, actividades de administración, y oficios varios para de esta forma contribuir a la generación de bienestar para la comunidad.

El proyecto además, podrá generar beneficios para los productores en términos de productividad y competitividad, puesto que se contemplan procesos de asistencia técnica, aseguramiento de la demanda y racionabilidad en los precios. (Manejando márgenes de utilidad fijos). Indirectamente los consumidores serán beneficiados en el sentido de poder disfrutar de un artículo con excelentes condiciones de calidad.

Para los inversionistas lo atractivo del proyecto tiene que ver con la posibilidad de explorar alternativas de actividades y mercados nuevos, aún sin explotar en su totalidad.

---

<sup>4</sup> Ver análisis de la competencia

### **1.6.1 LIMITACIONES DEL PROYECTO**

Una limitante en el proyecto corresponde a la muestra de los productores de la región, ya que no existen asociaciones donde estén vinculados y que puedan brindar información precisa acerca de la cantidad y la capacidad productiva; en lugar de ello se acudió a información primaria la cual puede presentar sesgos subjetivos.

## **2. ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1.1. OBJETIVO GENERAL**

Mediante este estudio se pretende comprobar que existe una demanda potencial de frutas tropicales (tales como: maracuyá, granadilla, melón y papaya) en los mercados de Cartago en el Valle del Cauca, Pereira y Dosquebradas en Risaralda que justifiquen el montaje de la comercializadora.

### **2.1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Determinar la cantidad de frutas tropicales (tales como: maracuyá, granadilla, melón y papaya), provenientes de la empresa en proyecto, que la comunidad estaría dispuesta a adquirir.
- Definir las características generales de estas frutas tropicales (maracuyá, granadilla, melón y papaya), que se piensan ofrecer.
- Caracterizar al usuario o consumidor potencial de frutas tropicales.
- Delimitar y describir el área o zona geográfica que va a ser atendida por el proyecto.
- Estimar el comportamiento futuro de la demanda y la oferta de las frutas tropicales.
- Determinar los precios a los cuales los consumidores estarían dispuestos a adquirir el producto y los productores a ofrecerlo.

- Proponer un sistema de comercialización adecuado a la naturaleza de los productos y a las características del consumidor.
- Analizar el mercado de las materias primas y demás insumos indispensables para el proceso productivo

## **2.2. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS A COMERCIALIZAR**

La comercializadora tratará con bienes de consumo perecedero, populares, conocidos en el mercado y de alta rotación. Para tal efecto se llevará a cabo un proceso que consiste en aglutinar parte de la producción de frutas tropicales tales como: Melón, Granadilla, Maracuyá y Papaya, producidas en la región Norte del Valle del Cauca, para luego ser llevada al sitio de Bodega de Acopio en el municipio de Roldanillo Valle, donde se clasifican, se seleccionan y se limpian, para posteriormente ser transportadas hacia los mercados de Cartago en el Valle del Cauca, Pereira y Dosquebradas en Risaralda.

En cuanto a La calidad, las frutas deben presentar las siguientes características generales:

- Enteras, con la forma característica de cada fruta.
- De aspecto fresco, consistente y firme.
- Libre de daños y ataque de insectos, enfermedades, magulladuras o podredumbre
- En La papaya el pedúnculo debe ser cortado a un centímetro de longitud.
- En La maracuyá el pedúnculo debe ser cortado de raíz.
- En La granadilla el pedúnculo debe se cortado a la altura del primer nódulo.



## CARACTERISTICAS DEL MELÓN:

**FÍSICAS:** diámetros entre 7.5 y 8.0 Mm.

**PESO:** El peso promedio es de 1.200 gramos aproximadamente, Puede presentar leves defectos de forma.

**COLORACIÓN:** Leves manchas consecuencia del roce o manipulación. Grietas cicatrizadas en el pedúnculo, con tal que no sean superiores a 2 cm. y no afecten la pulpa.



**APLICACIONES DEL FRUTO:** El melón es un producto bien conocido y aceptado por los consumidores europeos. Por ser un fruto que se produce en zonas tropicales secas, en Europa se dan con estacionalidad (primavera y verano) producciones importantes como por ejemplo en España.

En los últimos años la superficie de melón ha ido disminuyendo, aunque la producción se ha ido manteniendo prácticamente igual. Esto indica la utilización de variedades híbridas de mayor rendimiento y una mejora y especialización del cultivo

**VARIEDADES COMERCIALES:** Para abastecer el mercado de melón Europa realiza importaciones procedentes principalmente de Brasil (41.8%), Costa Rica (22.2%), Israel (13.5%), Marruecos (11.1%), Honduras (3.6%), Ecuador (1.4%), Guatemala (1.2%), África Del Sur (1.1%), República Dominicana (0.7%), Venezuela (0.6%) y el resto de las exportaciones son cubiertas por otros países (2.9%).

## CARACTERISTICAS DE LA PAPAYA:

**FRUTO:** Baya ovoide-oblonga, piriforme o casi cilíndrica, grande, carnosa, jugosa, ranurada longitudinalmente en su parte superior, los cotiledones son ovoide-oblongos, aplanados y de color blanco.

**FÍSICAS:** de 10 - 25 cm. o más de largo y 7-15 cm. o más de diámetro.

**PESO:** Promedio Aproximado de Peso 1.5 Kilogramos

**COLOR:** Con La forma y característicos de la variedad: de color verde amarillento, amarillo o anaranjado amarillo cuando madura, de una celda, de color anaranjado o rojizo por dentro con numerosas semillas parietales son de color negro, redondeadas u ovoides y encerradas en un arilo transparente, subácido.



**APLICACIONES DEL FRUTO:** La papaya contiene aproximadamente entre un 7 y 9 % en azúcares totales. Se consume principalmente como fruta fresca, en postre o ensalada. Existen variaciones de sabor cuando maduran en los meses de verano, ya que su contenido en azúcar es mayor. Las semillas tienen un sabor picante. Los frutos maduros de papaya también se emplean para hacer bebidas frescas o bebidas suaves carbonatadas, helados, mermeladas, bolas o cubos enlatados con jarabe, fruta cristalizada, encurtidos y pulpa seca en dulce.

**VARIEDADES COMERCIALES:** Debido a que el papayo se reproduce por semilla, se han desarrollado un gran número de variedades, empleándose en cada zona de cultivo las mejor adaptadas a sus condiciones climatológicas. Las variedades mestizas son poco estables, y se recomienda tener cuidado en obtener semillas de progenitores que pertenezcan a la misma variedad.

Destacan las variedades Solo, Bluestem, Graham, Betty, Fairchild, Rissimee, Puna y Hortusgred.

Las variedades más aceptadas son la Solo, cuyo fruto, en plantas hermafroditas, pesa unos 450 gramos; la forma es de pera, la cáscara dura y el sabor dulce; y la variedad Puna, ambas procedentes de Hawai.

### CARACTERISTICAS MARACUYA:

**FÍSICAS:** su diámetro oscila entre los 40 y 60 Mm. De

**COLOR** verde amarillo, de tamaño grandes y medianas.



**APLICACIONES DEL FRUTO:** Es una fruta originaria de Centroamérica. Brasil es posiblemente el mayor productor, seguido de Colombia, Venezuela y toda Centroamérica. También se produce en Kenia, Costa de Marfil, sur de África y Australia. El mercado europeo recibe además de las especies de frutas, amarilla, morada y granadilla, una gran variedad de híbridos. Brasil produce las siguientes variedades: **Ouropretano, Muico, Peroba, Pintado** y la **Hawaina**. Australia ha desarrollado híbridos resistentes, entre otros, **Redland Triangular**. En Hawai se encuentra la variedad **Noél Especial**. cuyos frutos pueden pesar

**PESO:** Pesa hasta 90 gramos; cáscara amarilla y pulpa naranja oscura, muy jugosa.

**VARIEDADES COMERCIALES:** La maracuyá, conocida también como fruta de la pasión, es un producto rico en vitaminas y calorías. Se utiliza comúnmente para la preparación de jugos, mermeladas, licores, y helados. Adicionalmente, esta fruta se ha convertido en un importante ingrediente para elaborar postres, cócteles y caramelos.

En el Ecuador existen aproximadamente 6 plantas procesadoras de concentrado de maracuyá, las mismas que están dotadas de alta tecnología para cumplir con las exigencias del mercado externo. Su principal ventaja competitiva radica en ofrecer un producto a precios accesibles y con alto nivel de calidad.

En la actualidad los precios fluctúan entre los 10 y 5 centavos de dólar, a nivel de productor, razón esta para que los mismos se vean en la necesidad de cambiar o rotar sus cultivos, llegando de 16.000 productores de maracuyá a quedar aproximadamente en 5.500, debido a la falta de crédito, presencia de plagas y enfermedades, lo cual a reducido el número de productores en aproximadamente en un 66 %. Con tendencias a recuperarse.

Los principales destinos de las exportaciones de concentrado de maracuyá son: Colombia con el 95 % Alemania, Estados Unidos, Francia, España y Holanda con el 3% y ; Australia, Emiratos Árabes Unidos, Portugal , Bélgica con el 2% aproximadamente.

### CARACTERISTICAS DE LA GRANADILLA:

**FRUTO:** Es una baya grande de 20-30 cm. de largo y 12-15 cm. de diámetro, cáscara delgada, pulpa gruesa, esponjosa, harinosa, jugosa, dulce, de color blanco.

**FÍSICA:** con un diámetro promedio de 60 a 70 m.m. de consistencia firme, su cáscara es dura y posee una cera natural que la provee de brillo.

**PESO:** aproximado entre 100 y 140 gramos, una planta produce entre 30-40 frutas con un peso aproximado de 1.5 a 2.0 kg. Una vez cosechada, la comercialización se debe de realizar rápidamente debido a que es un producto con una corta vida de anaquel.

La forma de consumo de cada una las frutas puede ser en fresco o en jugo, con estas características las frutas objeto de la comercializadora irán a aumentar la poca disponibilidad de frutas con calidad en los diferentes mercados.



**APLICACIONES DEL FRUTO:** La granadilla, considerada por muchos como la mejor de las frutas de la pasión, es nativa de Sudamérica, desde el sur de Brasil hasta el norte de Argentina. Su color varía de morado oscuro a amarillo – anaranjado, según la variedad. Esta fruta sub tropical tiene forma redonda - ovalada y su sabor, que se compara al de la guaba, se describe como dulce y agridulce.

Dentro de su cáscara dura, lisa y cerácea, encerrada en un saco membranoso, se encuentra una pulpa gelatinosa compuesta de alrededor de 250 pequeñas semillas comestibles, de color café oscuro o negro.

El cultivo de la granadilla se podría también catalogar como tradicional en la forma artesanal

**VARIEDADES COMERCIALES:** Los canales de distribución más importantes para esta fruta exótica son mayoristas de

Productos especiales y/o frescos en general. Los principales mercados importadores de esta

fruta son Europa (Alemania, Francia, Bélgica, Holanda), Canadá y Estados Unidos.

Los precios de exportación de granadilla por kilo evidencian una marcada tendencia hacia la

baja, alcanzando un nivel ínfimo en el 2000 comparado con el precio en 1998; el precio referencial hasta octubre 2000 representa apenas el 5.4% del precio en 1998. Se presentaron

caídas del 38.3% y 91.1% en 1999 y 2000 respectivamente.

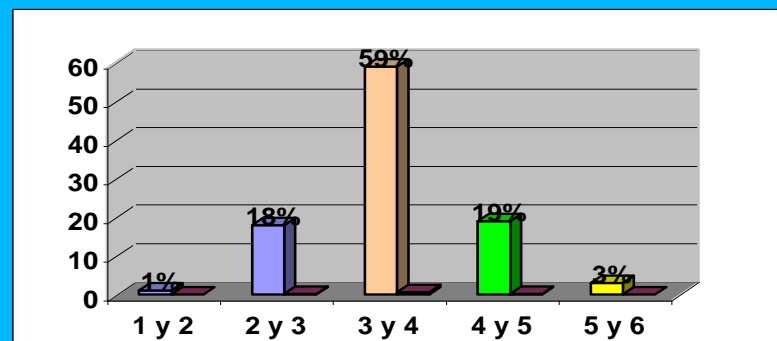
Fuente : [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

**2.4. CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR:** En el estudio de factibilidad para la comercialización de frutas se hizo la caracterización del cliente teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

El nicho de mercado lo constituyen grandes, medianas y pequeñas superficies comerciales que son empresas comerciales minoristas, que pertenecen al sector terciario de la economía, y estos a su vez son intermediarios básicos en cuanto a la distribución de las frutas a los consumidores finales. Estas empresas atienden el mercado local y regional.

Se puede afirmar que la mayor parte de la población es consumidora final, ya que las frutas atienden necesidades alimenticias sin importar sexo, edad, nivel educativo, profesión. Aún cuando son productos populares, los resultados muestran que las personas que adquieren en mayor proporción estos productos son los que tienen un nivel económico estable y una cultura más abierta al consumo de estas frutas, los cuales se encuentran ubicados en los estratos 3 y 4; en menor proporción lo hacen las personas con un nivel adquisitivo relativamente bajo como los ubicados en el estrato 2 y los que tienen un nivel socioeconómico alto como los que se encuentran en un estrato 5 y 6. Por lo cual se puede concluir que el nicho de mercado ideal para la comercialización de las frutas está ubicado en los estratos 3 y 4. (Ver gráfico No. 1)

**GRÁFICO No. 1 Consumidor final que compra en superficies<sup>5</sup>**



<sup>5</sup> FUENTE: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. VER ANEXOS DE LA TABULACIÓN DE LA ENCUESTA.



**2.5 DELIMITACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.** En la delimitación del área geográfica para este proyecto se indica que el mercado para las frutas que se van a comercializar abarca las ciudades de Cartago, Pereira y su área metropolitana, los cuales forman parte del Eje Cafetero y limitan con la parte de la zona Norte del Valle del Cauca.

| Municipios                      | Total          |                |                |
|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|
|                                 | Total          | Hombres        | Mujeres        |
| Pereira                         | 322.559        | 150.704        | 171.855        |
| Dosquebradas                    | 156.991        | 74.088         | 82.903         |
| La Virginia                     | 28.377         | 13.393         | 14.984         |
| <b>Total área metropolitana</b> | <b>507.927</b> | <b>238.185</b> | <b>269.742</b> |
| Cartago                         | 135.365        | 63.478         | 71.886         |
| <b>Total Población</b>          | <b>643.292</b> | <b>301.663</b> | <b>341.628</b> |

Fuente: DANE. Recuento de viviendas, hogares y unidades económicas.

La región Norte del Departamento del Valle comprende 12 municipios. Para interés del proyecto Cartago, la Villa de Robledo como así se le conoce, es punto de convergencia de las culturas antioqueña y vallecaucana. La mayor parte del territorio de este municipio es plano o ligeramente ondulado. Hacia el oriente se presentan montañas de escasa elevación. Son tierras cálidas, regadas por los ríos Cauca y la Vieja y otras corrientes menores.

**Tabla 1. Características de Cartago**

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Altitud:                       | 917 m.s.n.m.                                 |
| Temperatura:                   | 24 Grados Centígrados.                       |
| Extensión:                     | 279 Km2.                                     |
| Población:                     | 135.365 Hab. Aprox                           |
| Actividad Económica Principal: | Agricultura, Ganadería, Comercio e Industria |

Fuente: DANE. 2004

Las vías básicas de la región Norte del Valle del Cauca cubren la zona perteneciente a La red Nacional de Carreteras sobre La troncal de Occidente y la vía Panorama. Toda esta región se encuentra unida por carretera pavimentada; el desarrollo de los cultivos están cerca de las vías principales para que el traslado de las frutas no presenten inconvenientes y su comunicación con los centros de consumo esté en condiciones de transitabilidad. La tendencia económica del municipio de Roldanillo y de la región es agrícola y hay disponibilidad como demanda de los productos que se pretende comercializar.

**La región del Eje Cafetero** comprende los departamentos de Risaralda, Quindío y Caldas.

**Risaralda:** es uno de los departamentos mejor ubicados económicamente hablando, en el territorio nacional, por ser el punto intermedio entre Bogotá, Cali y Medellín, las ciudades más industriales de Colombia. Su capital, Pereira, es el epicentro del Eje Cafetero, sirviendo de punto de enlace entre Armenia y Manizales, los otros centros urbanos del desarrollo cafetero nacional.

De la región Risaralda, Pereira y Dosquebradas son las ciudades de interés del proyecto, ubicadas y caracterizadas de la siguiente manera:

**Pereira:** capital del departamento de Risaralda, está situada en el llamado Triángulo de Oro, conformado por Santa fe de Bogotá, Medellín y Cali.

Se encuentra localizada en un pequeño valle formado por la terminación de un contrafuerte que se desprende de la cordillera central a los 4 grados y 49 minutos de latitud norte y 75 grados y 42 minutos de longitud oeste de Greenwich. Su clima es variado y va desde el cálido en el valle del Risaralda hasta el clima de páramo en la zona de los nevados. Su territorio está bañado por las cuencas de los ríos Otún, Consota, la Vieja y Barbas.

El municipio de Pereira conforma el Área Metropolitana con los municipios de Dosquebradas y la Virginia. De las condiciones imperantes para Pereira y

Dosquebradas se puede decir que cuenta con un rango de vías por medio de las cuales se puede llegar al centro de la ciudad, este rango comprende desde la carrera 1ª hasta la 13 y las calles 13 a la 34 aproximadamente. Las vías consideradas arterias a nivel local son desde la 4ª hasta 10 y las mismas en la actualidad están siendo sometidas a procesos de mejoramiento, cambio de redes de alcantarillado y acueducto, ampliación y adoquinamiento. Para el caso de Dosquebradas su capacidad es mucho más reducida, se podría enunciar la existencia de una sola vía arteria como es la Avenida Simón Bolívar como una secundaria que cumple con la misión de desembotellar como es la vía a la Badea. El entronque vial está compuesto de la siguiente forma:

- Terminal de transporte terrestre
- Terminal intermunicipal de carga
- Aeropuerto internacional de carga Matecaña.
- Aeropuerto de carga Santa Ana de Cartago
- Troncal de occidente que comunica el Valle del Cauca con Antioquia, pasando por el departamento del Risaralda
- Túnel de la Línea
- Doble calzada Pereira la Paila
- Carretera al mar saliendo a Tribunas
- Doble calzada Pereira Cerritos
- Integración de las ciudades capitales del eje cafetero (Pereira- Armenia Manizales) por la autopista del café
- Recuperación del servicio férreo entre Cali, Cartago, la Virginia y la Pintada.
- Viaducto Cesar Gaviria Trujillo, solución vial para los municipios de Pereira y Dosquebradas del área metropolitana y las regiones de Antioquia y Caldas
- Sistema integrado de Transporte Masivo (SITM) para el área metropolitana centro occidente.

**Finalidad:** información relevante para trazar las rutas principales y alternas de la distribución de las frutas.

**Tabla 2. Características de Pereira**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Altitud:                        | 1411 m.s.n.m.                                |
| Temperatura:                    | 21 Grados Centígrados.                       |
| Extensión:                      | 658 Km2.                                     |
| Población:                      | 322.559 Hab.                                 |
| Población urbana                | 88%  |
| Población rural                 | 12%  |
| Tasa de crecimiento poblacional | 3.96%  |
| Actividad Económica Principal:  | Agricultura, Ganadería, Comercio e Industria |
| Fuente: DANE. 2004              |  |

**Tabla 3. Cantidades y porcentajes de población según sector económico**

| SECTOR ECONOMICO                                     | CANTIDAD DE PERSONAS | PORCENTAJE % |
|--|----------------------|--------------|
| Comercio formal                                      | 29.628               | 38.36        |
| Comercio informal                                    | 2.444                | 3.35         |
| Manufacturas   | 4.496                | 7.34         |
| Industria artesanal                                  | 3.228                | 3.99         |
| Sector agropecuario                                  | 1.770                | 2.45         |
| Transporte   | 3.901                | 4.43         |
| Construcción   | 7.323                | 9.77         |
| Servicio social y educativo                          | 5.861                | 7.06         |
| Comunicaciones                                       | 488                  | 0.71         |
| Sector Bancario                                      | 604                  | 0.86         |
| Turismo  | 230                  | 0.48         |
| Otros  | 11.709               | 16           |
| FUENTE DE INFORMACIÓN: PLANEACIÓN MUNICIPAL- PEREIRA |                      |              |

**Finalidad:** sirve de indicativo para deducir en que sector de la economía se encuentran los clientes potenciales para el proyecto en la ciudad de Pereira.

**Tabla 4. Características de Dosquebradas**

|                    |                        |
|--------------------|------------------------|
| Altitud:           | 1430 m.s.n.m.          |
| Temperatura:       | 22 Grados Centígrados. |
| Extensión:         | 70.8 Km2.              |
| Población:         | 156.991 Hab.           |
| Fuente: DANE. 2004 |                        |

Dosquebradas, es una ciudad cosmopolita, a quien desee invertir, se siente estimulado por la cordialidad de su gente y atraído por los beneficios tributarios que representa asentar su industria en esta localidad dotada de una importante infraestructura vial y de servicios.

Es esta circunstancia por la que, desde mediados de siglo han llegado emprendedores industriales, inversionistas franceses, norteamericanos, suizos, italianos, libaneses, israelitas, argentinos, españoles y alemanes, entre otros, con visión de futuro, que conservan sus sedes principales en el municipio y desde él, realizan sus negocios nacional e internacionalmente, ellos han conocido las bondades de esta tierra en la que han sembrado y recogido sus frutos.

En el proyecto se considera que la población consumidora potencial de las frutas a comercializar se ubica en los estratos 3 y 4. La encuesta indica que el 58% de ellos son demandantes reales.

El estudio de mercado lo aborda mediante la estrategia de generalización, al asumir que la población de estos municipios tiene unas características generales que son comunes y que permiten considerarla como relativamente homogénea.

## 2.6. Análisis de la demanda.

Según los registros de cámara y comercio de Cartago, Pereira y Dosquebradas del año 2003 aparecen inscritos legalmente 74 superficies comerciales entre grandes, medianas y pequeñas, de las localidades de Cartago, Pereira y Dosquebradas, los cuales serán la población total objeto de estudio de la investigación. La muestra será la misma población total ya que no existen fuentes de información de cantidades y volúmenes de compra para este mercado, es decir que se debe obtener información de todos los distribuidores para tener mayor precisión en la estimación de la demanda de los productos a comercializar. Ver Anexo N° 2 Total superficies comerciales encuestadas.

**\*Finalidad:** Conocer la demanda que hace referencia al mercado total del eje cafetero y norte del valle, Se estimó la demanda total del mercado con base a la información suministrada por los jefes de compra de las 74 superficies comerciales. Los resultados se muestran en la tabla 6.

**Tabla 5 Tabulación de la demanda total según superficie comercial y producto**

| Demanda                  |                 |                  | Producto   |            |            |            |
|--------------------------|-----------------|------------------|------------|------------|------------|------------|
| Detalle                  | clasificación** | demanda mes/ton* | Melón      | maracayá   | Papaya     | granadilla |
| Grandes superficies      | 3               | 111              | 34         | 37         | 28         | 12         |
| Medianas superficies     | 46              | 435              | 130        | 145        | 115        | 45         |
| Pequeñas superficies     | 25              | 110              | 33         | 36         | 30         | 11         |
| <b>TOTAL SUPERFICIES</b> | <b>74</b>       | <b>656</b>       | <b>197</b> | <b>218</b> | <b>173</b> | <b>68</b>  |

\*Según las frutas investigadas

\*\*según clasificación comercial

Esta demanda se refiere al mercado total del eje cafetero y norte del valle.

**FUENTE: INFORMACIÓN OBTENIDA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 2004 \***

En la tabla 6 se relacionan las 19 Superficies Comerciales resultado de la investigación de mercados en cuanto a su disposición de aceptar un proveedor adicional (ver anexos tabulación pregunta No. 8). No se relacionan cadenas como Makro, almacenes Éxito debido a que estas son cadenas que para su codificación exigen participación en eventos, con descuentos altos no convenientes para el inicio e introducción de la comercializadora en el mercado, en el momento de tener posicionamiento y afianzamiento en el mercado la comercializadora incursionará en dichas cadenas las cuales requieren de negociaciones diferentes como se señaló anteriormente.

**Tabla 6 Dimensión Estimada Del Mercado (Superficies Comerciales)**

| <b>GRANDES SUPERFICIES</b>  | <b>Toneladas/Mes<br/>Prom. comp.-mes/ton</b> |
|-----------------------------|--|
| Olímpica Pereira            | 36   |
| La 14                       | 38   |
| Carrefour                   | 36   |
| <b>SubTotal</b>             | <b>110</b>                                   |
| <b>MEDIANAS SUPERFICIES</b> |  |
| Comercializadora La Bonanza | 25   |
| Galerías                    | 20   |
| Olímpica Cartago            | 15   |
| Centrales Centenario        | 15   |
| Centrales Colombia          | 15   |
| Olímpica Dosquebradas       | 16   |
| Supermercado La 29          | 15   |
| Supermercado Mi Viejo Paris | 18   |
| Centrales Cartago           | 15   |
| Supermercado el Cafetal     | 15   |
| <b>Sub Total</b>            | <b>169</b>                                   |

| <b>PEQUEÑAS SUPERFICIES</b>  |               |
|--|---------------|
| Centrales Cuba   | 12            |
| Centrales Dosquebradas   | 10            |
| Mercaya  | 10            |
| Supermercado a su Hogar  | 8             |
| Supermercado La 28   | 10            |
| Supermercado La Avenida  | 10            |
| <b>Sub Total</b>   | <b>60</b>     |
| <b>Total Compra Promedio</b>   | <b>339</b>    |
|  |               |
| <b>PARTICIPACIÓN PORCENTUAL</b>  |               |
| Grandes Superficies  | <b>32.45%</b> |
| Medianas Superficies   | <b>49.85%</b> |
| Pequeñas Superficies   | <b>17.70%</b> |
| FUENTE: INFORMACIÓN OBTENIDA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, AÑO 2004 |               |

En el la tabla 6 Se puede ver que existen tres grupos de compradores potenciales identificados como: Grandes Superficies, Medianas Superficies y Pequeñas Superficies comerciales; los cuales al mes demandan aproximadamente 339 Toneladas y al año 4068 Toneladas, de las frutas a comercializar. Ver anexos Requisitos de las superficies frente a los productos, también se puede observar que las Medianas Superficies tienen una participación del 49.85% en las compras mensuales, convirtiéndolos en el nicho de mayor demanda y por lo tanto en clientes principales en cuanto a sus pedidos, seguido por las grandes y pequeñas superficies y donde se concentrarán los esfuerzos y atención del mercadeo.



**2.5.1 Demanda del proyecto:** Tomando como base la investigación de mercados, las 19 superficies comerciales que respondieron afirmativamente a la intención de aceptar otro proveedor, aducen comprar como mínimo las siguientes cantidades:

- Para el caso de la comercialización de Melón se estima negociar con los distribuidores, un volumen de 18 Toneladas es decir 18.000 kilos mensuales, según requerimientos mínimos para los proveedores.
- Para la comercialización del Maracuyá se pretende distribuir aproximadamente 20 Toneladas, o sea 20.000kg/mes.
- Para la Granadilla la comercialización sería aproximadamente de 6 Toneladas, es decir 6.000kg/mes.
- La necesidad de distribución de Papaya sería de aproximadamente 16 Toneladas. , es decir 16.000kg/mes.

En Resumen:

| <b>FRUTA</b> | <b>Kilos / mes</b> |
|--------------|--------------------|
| Melón        | 18.000             |
| Maracuyá     | 20.000             |
| Granadilla   | 6.000              |
| Papaya       | 16.000             |

En conclusión OCCIFRUTAS LTDA, tiene como meta inicial vender 60 (sesenta) toneladas mensuales de fruta representadas por la relación anterior, teniendo en cuenta que existe la posibilidad de acceder a dicho mercado como lo expresaron los distribuidores en las respectivas encuestas.

En la tabla 7 Se puede ver que la cantidad que demanda la superficie comercial al mes como cupo promedio para la comercializadora es.

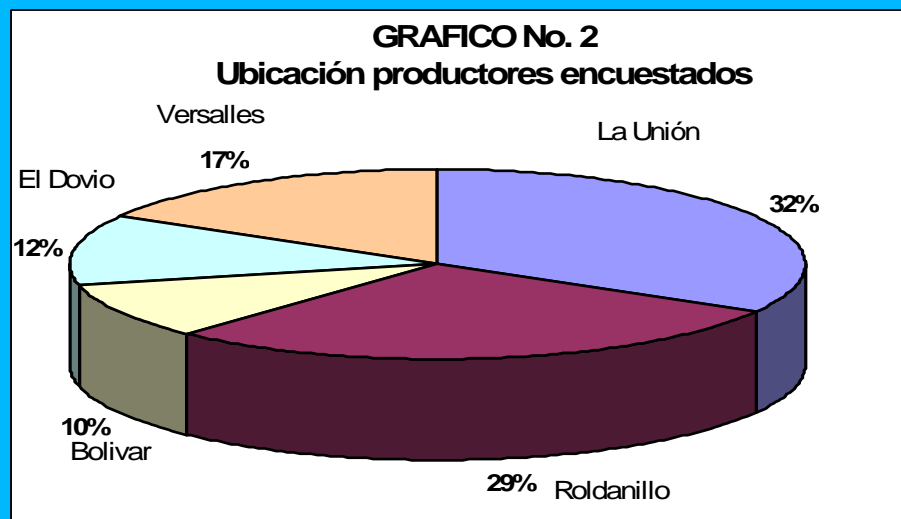
**Tabla 7 Demanda promedio de frutas según superficie comercial**

| <b>GRANDES SUPERFICIES</b>   | <b>Toneladas</b> | <b>melón</b> | <b>papaya</b> | <b>granadilla</b> | <b>Maracuyá</b> |
|--|------------------|--------------|---------------|-------------------|-----------------|
| Olímpica Pereira   | 6                | 1,8          | 1,6           | 0,6               | 2,0             |
| La 14  | 7                | 2,1          | 1,9           | 0,7               | 2,3             |
| Carrefour  | 6                | 1,8          | 1,6           | 0,6               | 2,0             |
| <b>Sub Total</b>   | <b>19</b>        | <b>5,7</b>   | <b>5,1</b>    | <b>1,9</b>        | <b>6,3</b>      |
| <b>MEDIANAS SUPERFICIES</b>  |                  |              |               |                   |                 |
| Comercializadora La Bonanza  | 4                | 1,2          | 1,1           | 0,4               | 1,3             |
| Galerías   | 4                | 1,2          | 1,1           | 0,4               | 1,3             |
| Olímpica Cartago   | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Centrales Centenario   | 3                | 0,9          | 0,8           | 0,3               | 1,0             |
| Centrales Colombia   | 3                | 0,9          | 0,8           | 0,3               | 1,0             |
| Olímpica Dosquebradas  | 3                | 0,9          | 0,8           | 0,3               | 1,0             |
| Supermercado La 29   | 4                | 1,2          | 1,1           | 0,4               | 1,3             |
| Supermercado Mi Viejo Paris  | 3                | 0,9          | 0,8           | 0,3               | 1,0             |
| Centrales Cartago  | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Supermercado el Cafetal  | 3                | 0,9          | 0,8           | 0,3               | 1,0             |
| <b>Sub Total</b>   | <b>30</b>        | <b>9</b>     | <b>8,0</b>    | <b>3</b>          | <b>10,0</b>     |
| <b>PEQUEÑAS SUPERFICIES</b>  |                  |              |               |                   |                 |
| Centrales Cuba   | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Centrales Dosquebradas   | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Mercaya  | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Supermercado a su Hogar  | 1                | 0,3          | 0,3           | 0,1               | 0,3             |
| Supermercado La 28   | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Supermercado La Avenida  | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| <b>Sub Total</b>   | <b>11</b>        | <b>3,3</b>   | <b>2,9</b>    | <b>1,1</b>        | <b>3,7</b>      |
| <b>Total Promedio Mes</b>  | <b>60</b>        | <b>18</b>    | <b>16,0</b>   | <b>6</b>          | <b>20,0</b>     |
| FUENTE: INFORMACIÓN OBTENIDA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, AÑO 2004 |                  |              |               |                   |                 |

**2.7 Análisis de la oferta.** En la investigación de mercados para la comercialización del melón, papaya, granadilla, maracuyá, se realizaron 84 (ochenta y cuatro) encuestas a los productores de la región, con el fin de obtener información sobre su localización, capacidad productiva y sus productos, apreciaciones sobre el mercado (precios, canales de distribución, calidad, etc.), asistencia técnica y conformidad con el sistema de comercialización actual.

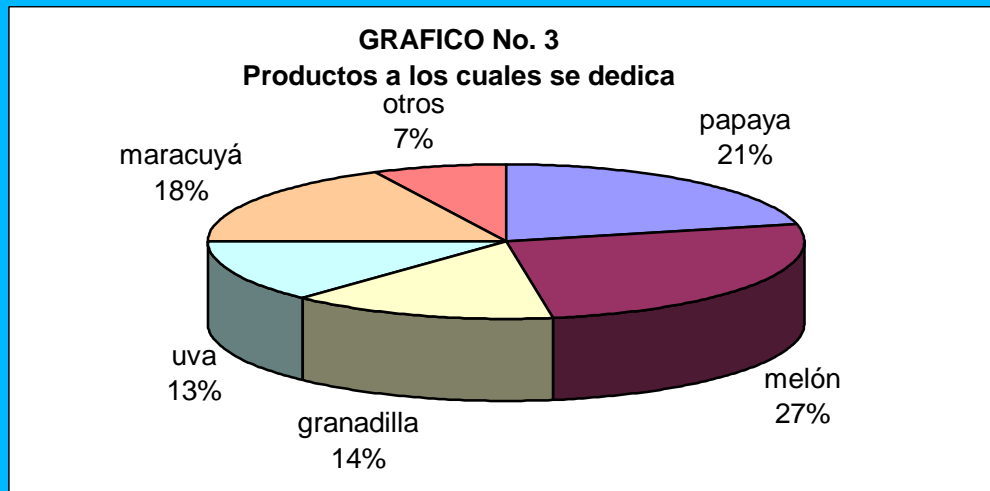
En cuanto a la ubicación de los productores se observó que la mayor concentración de estos está en el municipio la Unión y Roldanillo, seguido por Versalles, el Dovio y Bolívar. Ver grafico No. 2

**Gráfico No. 2 Ubicación productores encuestados**



**FUENTE: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS AÑO 2004**

También se pudo observar que los productores se dedican con mayor fuerza a la producción de papaya y melón, seguida por maracuyá, granadilla, uva y otros. Ver gráfico No. 3

**Gráfico No. 3. Productos a los cuales se dedica**

**FUENTE: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS AÑO 2004**

Con respecto a la información suministrada por los productores, en promedio su capacidad productiva corresponde a las cifras que aparecen a continuación:

**Tabla 8 Cantidades producidas/ mes frutas**

|                        | Cantidades producidas mes |             |                |
|------------------------|---------------------------|-------------|----------------|
|                        | promedio                  | productores | Total Kg.      |
| Granadilla             | 1000                      | 12          | 12.000         |
| Melón                  | 1800                      | 22          | 39.600         |
| Papaya                 | 2100                      | 18          | 37.800         |
| Maracuyá               | 1500                      | 15          | 22.500         |
| <b>Total toneladas</b> |                           |             | <b>111.900</b> |

FUENTE: INFORMACIÓN OBTENIDA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, AÑO 2004

La capacidad de producción de la zona actualmente se estima en 111.900 toneladas aproximadamente, lo cual permite un mercado con una oferta suficiente para los

intereses del proyecto, si se tiene en cuenta que no existe ningún tipo de restricción (contratos) para la negociación con los agricultores, salvo los precios y los pagos. (Contado 8 días calendario).

Dentro de las plantaciones de frutas tropicales en el departamento del Valle del Cauca, las siguientes empresas se encuentran ubicadas en la zona centro y sur como principales oferentes:

**Grajales- Agronilo:** (Son líderes en el cultivo de la uva y hoy en día se distinguen por ser grandes proveedores de Frutas y Hortalizas. Cuentan con cultivos Propios y una estructura de Selección, Empaque, Distribución y Ventas en todo el País).

**AgroBerlline:** (Producen: piña, melón, guanábana, maracuyá, papaya y algunas hortalizas. Son productores directos, surten a minoristas y mayoristas).

**Agrícola Santo domingo:** (Son productores de guayaba ICA, guanábana, guayaba manzana, melón, maracuyá, papaya, etc., distribuyen a mayoristas, minoristas y mercados directos).

**Hortiagro:** (Sus cultivos son frutas como: maracuyá, melón, papaya, guanábana, uvas y algunas hortalizas como: berenjenas, tomate chonto, pimentón, calabacín. Son productores y distribuidores a mercados de mayoristas y minoristas).

Actualmente los proveedores encontrados para el Eje Cafetero son Cooperativas y Agricultores directos, como: Cartago, A su Plátano, Papas los Andes, y La Hacienda.

## **FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL MERCADO**

### **FORTALEZAS**

- Existen cuatro empresas con una trascendencia reconocida en la región.
- Poseen un proceso logístico ya establecido de la mercancía.
- Algunas poseen cultivos de comercialización muy cercanas a las ciudades donde se piensa comercializar.

### **DEBILIDADES**

- Dificultades en la mayoría de los casos para entregar las frutas en las horas y fechas establecidas (Incumplimiento)
- Regular Manejo Post cosecha de las frutas, por lo cual obtienen muchos desperdicios.
- Muchos de ellos son productores y comercializadores y los cultivos ya pasaron la época de máxima productividad por la edad de los mismos.

**2.7. POSIBILIDADES REALES DEL PROYECTO A PARTIR DE LA COMPARACIÓN ENTRE OFERTA Y DEMANDA:** A través de la investigación de mercados se pudo determinar que la zona norte del Valle del Cauca, dentro de la cual se pretende ubicar el proyecto es efectivamente abastecedora de melón, papaya, granadilla y maracuyá ya que según la información de los productores encuestados la capacidad de producción se encuentra en el orden de 112 toneladas aproximadamente al mes, lo cual significa que existe un amplio mercado oferente de estas frutas.

Desde el punto de vista de la demanda se encontró que del total de las superficies comerciales ubicadas dentro de la zona norte del Valle y Eje Cafetero requieren alrededor de 656 toneladas mensuales de fruta. Para intereses del proyecto existe un mercado potencial al cual se podría ingresar, compuesto inicialmente por 19 superficies comerciales quienes estarían dispuestas a recibir de un nuevo proveedor alrededor de 60 toneladas mensuales, lo que representa una oportunidad de negocio.

## 2.8. DETERMINACION DEL TIPO DE DEMANDA

**2.8.1 Análisis de los Precios.** El precio de las frutas a comercializar es inestable, es decir que está condicionado al juego de oferta y demanda del mercado; el termómetro de estos precios son las plazas, las centrales de abasto, que son quienes se encargan de medirlo en cada mercado.

Las variaciones estacionales ocasionan modificaciones en los precios de los productos agrícolas como las frutas. La demanda tiende a disminuir en épocas de invierno, pues los clientes prefieren consumir otro tipo de productos en tiempos fríos. En las vacaciones la demanda queda condicionada hasta tanto no se inicien labores escolares. La oferta igualmente se reduce en los periodos de mucha lluvia o sequía, cuando los productores no poseen la suficiente capacidad económica para invertir en aplicaciones de agroquímicos o en sistemas de riegos que ayuden a evitar pérdidas por las inclemencias del tiempo.

Debido a las fluctuaciones en el mercado se estimarán precios promedios con base en precios máximos y mínimos, suministrados por productores, con el fin de realizar los cálculos correspondientes al valor de las compras y las ventas. Además se calcularán los precios de venta con un margen del 35%, sobre el precio de compra según información de cómo se opera en este mercado.<sup>6</sup>

**Tabla 9 Información de precios**

|  | PRECIO MIN | PRECIO MAX. | PRECIO PROMED. |
|--|------------|-------------|----------------|
| Granadilla                                 | 800        | 2000        | 1400           |
| Melón                                      | 300        | 1200        | 750            |
| Papaya                                     | 300        | 800         | 550            |
| Maracuyá                                   | 400        | 1200        | 800            |
| FUENTE: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS AÑO 2004 |            |             |                |

<sup>6</sup> Comercializadora La Esperanza. La Unión Valle.

- **Criterios y factores que permiten determinar los Precios.** El costo monetario de las frutas a ofrecer estará definido por la siguiente Política de precios:

COSTOS + MARGEN DE UTILIDAD. Siempre y cuando lo permita el mercado. Entonces:

PRECIO DE VENTA = COSTOS + MARGEN DE UTILIDAD.

- **Precios en términos corrientes.** La proyección de precios en este proyecto se ve afectada por el incremento en el nivel general de precios (IPC) tomando como base la tasa de inflación esperada por el Banco de la República para los cinco años en que estima operar el proyecto.

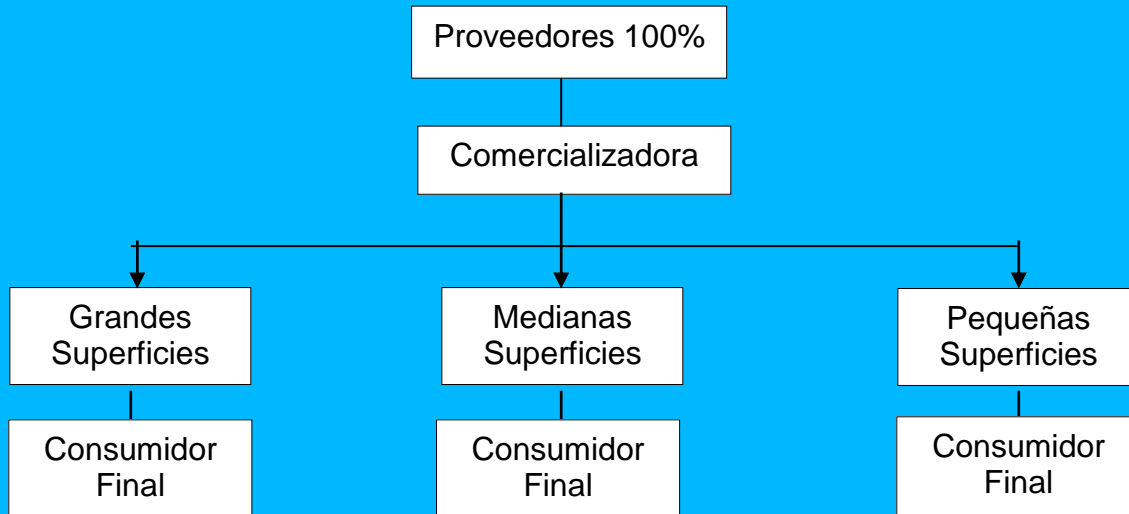
**Tabla 10 Inflación Estimada**

|                    | Año |        |        |        |        |        |
|--------------------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
|                    | 0   | 1      | 2      | 3      | 4      | 5      |
| Inflación Esperada |     | 1,0623 | 1,0592 | 1,0570 | 1,0561 | 1,0555 |

FUENTE: PERIÓDICO PORTAFOLIO. BANCO REPÚBLICA.GOV

**2.8.2 Descripción del sistema de comercialización propuesto.** La secuencia se inicia con las funciones relacionadas con el productor, se continúa con la compra que hace el intermediario (la comercializadora), minoristas (superficies comerciales) y se termina en la venta al consumidor final, Se considera que la utilización de la cadena de comercialización sería:



**DIAGRAMA 1.**

## 2.9 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

### 2.9.1. Distribución de la Fruta:

- **Políticas de Distribución:** Las normas generales que se aplican a las frutas para lograr una logística adecuada para su comercialización en el proceso del manejo post-cosecha deben tener en cuenta aspectos tales como el transporte el cual está determinado por la distancia, la perecibilidad y el valor de los productos, factores que son regulados por el tiempo.

Para el proceso de compra conviene que el desarrollo de los cultivos este cerca de las vías principales para que el traslado de las frutas no presente inconvenientes y la comunicación con los centros de consumo, este en condiciones aceptables de transitabilidad. Las zonas de producción de frutas se encuentran ubicadas en los municipios de Roldanillo, la Unión, Versalles, El Dovio, Toro, Bolívar.

- **Proceso Técnico del Transporte.** Su objetivo es llevar desde el sitio de producción hasta el sitio de consumo el producto, un transporte racional se basa en el conocimiento de las características de manejo de cada fruta. El producto debe estar

bien empacado. Debe utilizarse vehículos del tamaño y la capacidad adecuada, higiénico, la presión de las llantas adecuada al estado de las vías, carpas claras y velocidad moderada.

El transporte se realizará en dos etapas:

- **Transporte Interno:** Ocurre entre Proveedores - Bodega de Acopio el transporte más propicio para esta labor de traslado de las frutas de las fincas de producción a la bodega de acopio, es el tipo de camioneta de estaca, con techo falso y carpa de color blanco para reflejar los rayos solares. El piso de la carrocería debe estar nivelado de tal forma que se puedan manejar las cajas plásticas y/o cajas de cartón. Para los viajes cortos no consideramos que se requiera de la adquisición de un sistema de ventilación especial, pero cuando el vehículo deba esperar, la carga debe estar en una zona sombreada para evitar así un sobre calentamiento de las frutas, por esto reiteramos que el vehículo debe poseer un techo falso de color blanco, para evitar la radiación solar sobre las frutas, además de persianas ajustables que permitan el ingreso de aire, las zonas de cargue de las frutas en las fincas en lo posible deben de estar sombreadas.
- **Transporte Externo:** Ocurre entre la bodega de Acopio- Superficies Comerciales Desde aquí se transportará la fruta a las diferentes Superficies Comerciales donde se hayan establecidos contratos en Cartago, Pereira y Dosquebradas, el transporte se efectuará en las horas de la mañana o en las horas de la noche para aprovechar las bajas temperaturas, el tipo de vehículo utilizado es el camión tipo turbo con estacas y con carpas blancas.

**Distribución de las frutas.** El Proceso de distribución tendrá como punto de partida la bodega ubicada en Roldadillo, se contará con tres vehículos encargados de hacer las entregas en Pereira, Dosquebradas. El costo se paga por kilo de fruta transportada así:

A Cartago \$50

A Pereira \$ 60

De esta forma se estará dando una frecuencia 3, cumpliendo así con los requisitos de las superficies comerciales, asignados de la siguiente manera:

**ruta 01:**

- Olímpica Pereira
- Centrales Colombia
- Central Centenario
- A su Hogar
- La 14

**ruta 02**

- Comercializadora La Bonanza
- Supermercado la 28
- Carrefour
- Olimpica D/das
- Mi Viejo Paris

**ruta 03**

- Supermercados Cartago

Así se entregará el producto a las superficies comerciales, el cual será exhibido y surtido para ser tomado por un consumidor final. El sistema de venta de la comercializadora se realizará bajo una pre-venta y con respaldo de la orden de compra del supermercado lo cual garantiza que el producto transportado será recibido, siempre y cuando cumpla con los requisitos de calidad; evitando a si devoluciones de producto.

### 3. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

La promoción estará encaminada a estimular el deseo de consumo de los clientes, conocedores de la dinámica comercial de los mercados, la comercializadora como estrategia de publicidad realizará campañas al consumidor final a través de plegables, permitiendo así mensajes directos, resaltando las bondades de las frutas objeto de la comercializadora.



**El logotipo y su significado.** En el desarrollo del logotipo de la empresa se tuvo en cuenta los siguientes criterios:



**El Nombre:** OCCIFRUTAS LTDA, se adoptó como nombre oficial de la empresa. Describiendo la ubicación geográfica de esta y su área de influencia directa, es creada en la ciudad de Roldanillo, cuya ubicación a nivel nacional es la región occidental de nuestro país. La misión y objetivos generales son la comercialización de frutas con la mejor calidad posible, que comprende la segunda parte del nombre y por último aparece el tipo de sociedad a la que fue inscrita, Sociedad Limitada.

Este nombre aparece en la parte superior del logotipo de forma clara y pretende caracterizar la buena calidad de nuestros productos, el fondo azul de sus letras simboliza la transparencia, seriedad y cumplimiento de nuestra institución.

La forma circular del logotipo simula la forma global del planeta, indicando la proyección de la empresa. En la parte central aparecen las letras O y F, iniciales del nombre, con un fondo de color verde que significa el color característico de cultivos de frutales tropicales de la región norte del Valle del Cauca, además denota la capacidad de liderazgo de la empresa y su contribución a la paz de nuestro país con su fuente generadora de empleo.

En la parte central de la letra O, se puede observar una gama de frutas tropicales que simboliza la riqueza, abundancia y variedad de productos agrícolas de la región, que es promovida por la empresa mejorando el desarrollo socioeconómico, incrementando el nivel de vida de los agricultores, productores y consumidores de las frutas.

**Slogan de la empresa.** OCCIFRUTAS LTDA., tiene por Slogan “Con Calidad, sabor y frescura”, el cual es válido para todas sus actividades legales.

El logotipo empleado por la empresa se describe a continuación.

Se utilizó como emblema las frutas, con que la institución piensa comenzar su vida empresarial, estas frutas se unen para conformar la parte interior de las primeras letras del nombre de la empresa que aparece en un fondo verde que resalta la belleza de los cultivos.

Lo referente al slogan “Con Calidad, Sabor y Frescura” describe el compromiso que asume el proyecto empresarial.

### 3.1. Análisis del mercado de productos e insumos

- Identificación de los principales productos.
- Están conformados por las siguientes frutas tropicales:

| Nombre y Cantidades |                  |
|---------------------|------------------|
| • Melón:            | 18.000 kilos/mes |
| • Papaya:           | 16.000 kilos/mes |
| • Granadilla:       | 6.000 kilos/mes  |
| • Maracuyá:         | 20.000 kilos/mes |

**Melón:** se recibe pequeño con el fin de que su rotación sea mayor. Es muy perecedero.

#### Características:

- Color: verde –naranja
- Apariencia: bien reticulado (buena formación de malla en cáscara).
- Maduración: 50%
- Diámetro: 10-14 cm.
- Longitud: 11-15 cm.
- Peso unidad: 0.7-1.4 kilos.
- Vida útil máximo: 2-3 días.
- Presentación: canastilla plástica recubierta con papel.

**Papaya:** se reciben pequeñas y maduras debido a que su rotación es continua, es un producto delicado, y de media vida.

**Características:**

- Color: verde –anaranjado.
- Brillo: se encera.
- Maduración: 60%
- Diámetro: 10-14 cm.
- Longitud: 21-28 cm.
- Peso unidad: 1.4-2.4 kilos.
- Vida útil máximo: 1-3 semanas.
- Presentación: canastilla plástica.

**Granadilla:** se recibe lisa y sin manchas.

**Características:**

- Color: anaranjado-verdoso.
- Maduración: 60%
- Diámetro: 4-8 cm.
- Longitud: 11-15 cm.
- Peso unidad: 125-170 gramos.
- Vida de tránsito y almacenamiento: 3-4 semanas.
- Sensibilidad: daños por enfriamiento.
- Presentación: requiere un embalaje especial ya que es bien delicada. Este se hace sobre una cama de papel, dentro de una caja de cartón.

**Maracuyá:** se reciben verdes deben de tener una excelente presentación (Limpias, Sanas). Este producto tiene una rotación alta.

**Características:**

- Color: verde –amarillo.
- Brillo: natural no se encera.
- Maduración: 50%-60%
- Diámetro: 6.5-8.5 cm.
- Longitud: 8.0-10.0 cm.
- Peso unidad: 150-200 gramos.
- Vida útil máximo: 4-5 semanas.
- Presentación: canastilla plástica, bolsa plástica de 10 kilos.

Costo de compra de las frutas: fluctúa de acuerdo al mercado, se ve afectado por factores como:

- Estacionalidad del tiempo, épocas de sequía y épocas de invierno.
- Paros nacionales
- La oferta
- La demanda

Unidades de medida:

- Embalaje en canastillas plásticas de 18-20 Kg.
- Embalaje en canastillas plásticas de 10-12 Kg.

Trasporte y almacenamiento:

- Para el transporte de la finca productora a la Bodega de Acopio se requieren vehículos camionetas tipo Luv o Mazda de estacas con carpas blancas que refractan la luz solar.
- El almacenamiento es transitorio se maneja el sistema de preventa para no mantener stock por lo perecedero de los productos.



## INSUMOS SECUNDARIOS

**Canastillas Plásticas:** necesarias para empacar las frutas.

**Características:** Cantidades y unidades de medida:

- 1000 Canastillas Grandes de 24 CC de fondo x 60 CC de largo x 40 CC de ancho.
- 1000 Canastillas Pequeñas de 12 CC de fondo x 60 CC de largo x 40 CC de ancho.

**Calidades:**

- En buen estado y limpias

Costo de compra:

- Canastillas grandes: \$ 5.000 c/u.
- Canastillas pequeñas: \$ 4.000 c/u.

**Papel:** para envolver la fruta y protegerla

Cantidades: 6 resmas x 40 Toneladas de fruta (Melón, Papaya, Granadilla)

la Maracuyá no se envuelve en papel.

Calidades: bon blanco

Precio: \$35.000 la resma

**Cera para Papaya:** se requiere para proteger la fruta y evitar su deterioro después de la lavada.

Cantidades: 1 Litro x Tonelada, es decir 16 Litros para 16 Toneladas de fruta

Calidad: Coberfruit, Tabo.

Precio: \$8.000 x Litro, es decir \$128.000 para 16 Toneladas

**Detergente Melón y Papaya:**

Cantidades: 100 gr/ 60 litros de agua, es decir 170 Kg. x \$500

Calidad: industrial

Precio: \$85.000

### 3.2 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Según la información obtenida de los productores, existe una amplia oportunidad en términos de ubicación para adquirir frutas en el mercado de La Unión, Roldanillo, Bolívar, El Dovio y Versalles en donde se encuentran los 84 productores encuestados. No obstante, la mayor concentración de los productores se halla localizada en la Unión y Roldanillo, con una representación del 62% aproximadamente, mientras los demás municipios se encuentran relativamente cerca entre sí, lo cual hace posible menores costos de transporte, aprovechar las ventajas en cuanto a la experiencia de la mano de obra, disponibilidad de bodegas relativamente aptas para el acopio de frutas, entre otras.

En términos de producción, los encuestados afirmaron obtener de sus cosechas mensualmente un promedio de 1000 Kg, de granadilla, 1800 de melón, 2100 de papaya y 1500 de maracuyá. Con ello podemos inducir que dicho mercado puede ofrecer una cantidad importante de estas frutas si se quiere ingresar a su comercialización. Se encuentra además, que los precios son muy variables por lo que los encuestados expresaron precios máximos y mínimos.

Es muy importante señalar que el 61% de los encuestados expresaron no estar muy conformes con los comercializadores actuales, quienes a su criterio se demoran en los pagos, incumplen a la hora de recoger los productos y además no son fieles al proveedor.

Los productores consideran muy importante la asistencia técnica ya que esta se vería reflejada en la calidad de las frutas y mayor productividad.

Según el 51% de los encuestados, considera que sus productos son vendidos a cualquier comercializador, el resto considera importante vender sus productos en forma estable a través de acuerdos de compra.

El transporte de las frutas hacia el centro de acopio no siempre lo realizan los compradores ya que estos solo lo hacen con un 60% de los encuestados.

Según la información registrada por, los compradores demandan una cantidad importante de dichos bienes, representado en 197 ton. De melón, 218 de maracuyá, 173 de papaya y 68 de granadilla<sup>7</sup>. No obstante dicha cantidad está demandada en su mayoría por las superficies medianas quienes demandan alrededor de 435 toneladas mes. Cabe anotar también que en promedio el 80% de los compradores realizan sus pagos entre 12 y 15 días luego de recibir el producto, lo cual constituye un importante parámetro para las proyecciones financieras.

También es de interés anotar que no existe oposición por parte de los distribuidores a aceptar otro proveedor siempre y cuando se cumpla con los requerimientos de calidad y entrega exigidos, lo cual se convierte en una oportunidad de ingresar a dicho mercado a comercializar dichos productos.

En lo que concierne a los precios, se realizó una pregunta más relacionada con su experiencia que con datos realmente registrados, ya que no existen fuentes confiables en los que se pueda basar. Esta información arrojó precios que luego de ser tabulados pudieron ser estimados para efectos tanto financieros como técnicos.

El cupo mensual promedio para los proveedores se encuentra con mayor representatividad (86%) entre 800 y 1100 kg. Mensuales.

Los resultados obtenidos en la investigación tanto de la oferta como de la demanda para las frutas de interés, reflejan lo siguiente:

1. La oferta de frutas aunque suele ser variable debido a las fluctuaciones del mercado y a la desinformación de los productores sobre dichas variaciones, puede ser una gran oportunidad de negocio para la comercializadora OCCIFRUTAS LTDA, ya que una de las ventajas podría ser la posibilidad de brindarle a los productores apoyo

---

<sup>7</sup> Ver Tabla N° 6 Demanda total Según superficie

técnico suficiente para que a la hora de sembrar, existan previos cálculos sobre los requerimientos del mercado en cuanto a calidad, cantidad y precios de los bienes, lo cual sería acordado con cada superficie comercial. Es decir, servir como mediadores en el proceso de comercializar el producto desde el mismo momento en que se inicia la siembra hasta que se entrega el producto.

2. La oferta de las frutas de nuestro interés según los productores encuestados, es de 112 toneladas, mientras la demanda es de 60 toneladas. Ello implica que se puede pensar en realizar estrategias de mercado que permitan ingresar a participar en la comercialización de dichos bienes.

3. Los comercializadores no expresaron inconformidad ante la entrada de un nuevo proveedor, lo cual constituye una gran oportunidad de mercado.

4. La ubicación geográfica del centro de acopio en Roldanillo, permite estar cerca de los productores y también de los distribuidores.

5. OCCIFRUTAS puede llegar a convertirse en motor de desarrollo para los productores del norte del Valle del Cauca, ya que pretende eliminar problemas relacionados con la falta de apoyo técnico, planeación, acuerdos de compra-venta, incumplimiento en los pagos y compradores inestables.

## **4. ESTUDIO TECNICO**

### **4.1OBJETIVOS GENERALES**

- Verificar la factibilidad técnica del proyecto
- Analizar y definir el tamaño, la localización, el proceso productivo, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para la operación del proyecto.

#### **4.1.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Definir el tamaño del proyecto
- Analizar las diferentes alternativas tecnológicas de producción, para el proyecto empresarial
- Identificar las materias primas y demás insumos necesarios para el proceso de producción
- Identificar las necesidades de maquinaria y equipos para la producción del bien o la prestación del servicio
- Definir la localización del proyecto
- Identificar las necesidades de infraestructura física y esbozar la disposición en la planta necesarias para la operación normal del proyecto
- Definir los aspectos jurídicos y administrativos necesarios para una adecuada implementación y operación del proyecto
- Recolectar la información que permita cuantificar el monto de las inversiones y los costos de operación del proyecto

## 4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

La demanda de un bien varía en función inversa de su precio, manteniendo los demás factores constantes, a excepción hecha de aquellos considerados inferiores.<sup>8</sup>

El Potencial Total de clientes para las frutas, está considerado en 74 compradores/mes, de los cuales 19 hacen parte de Grandes, Medianas y Pequeñas Superficies Comerciales, incluidos los fruvers. Según la investigación de mercados estos aceptaron un proveedor más.

Para la demanda se tuvo como fuente de investigación las siguientes superficies comerciales que aparecen en la tabla 13, con el correspondiente promedio de compra mensual, la frecuencia, los días y horas de recibo.

**Tabla 11 Demanda**

| Superficies Comerciales | Promedio Compra Mensual Ton | Frecuencia De Compra | Día De Recibo   | Hora De Recibo         |
|-------------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------|------------------------|
| Olímpica Pereira        | 36                          | 3                    | Lun, Mier, Vier | 7.30 a.m               |
| Olímpica Dosquebradas   | 16                          | 3                    | Lun, Mier, Vier | 8:00 a.m.              |
| La 14                   | 38                          | 3                    | Lun, Juev, Sab  | 8:00 a.m.              |
| Supermercado la 29      | 15                          | 3                    | Mar, Juev, Sab  | 9:00 a.m.              |
| Centrales Colombia      | 15                          | 3                    | Lun, Mier, Vier | 8:30 a.m.              |
| Centrales Centenario    | 15                          | 3                    | Lun, Mier, Vier | 9:30 a.m.              |
| Centrales Cuba          | 12                          | 3                    | Lun, Mier, Vier | 8:30 a.m.<br>11:00a.m. |
| Centrales Dosquebradas  | 10                          | 3                    | Lun, Mier, Vier | 8:30 a.m.              |
| Mercaya                 | 10                          | 3                    | Lun, Mier, Vier | 8:00 a.m.              |
| Supermercado a su Hogar | 8                           | 3                    | Lun, Mier, Vier | 9:45 a.m.              |

<sup>8</sup> Venildo Mejia Castro. Economía de la empresa. UNAD

|                             |            |   |                 |           |
|-----------------------------|------------|---|-----------------|-----------|
| Supermercado la 28          | 10         | 2 | Mier, Sáb       | 9:00 a.m. |
| Comercializadora la Bonanza | 25         | 3 | Lun, Juev, Sab  | 7:00 a.m. |
| Supermercado mi Viejo Paris | 18         | 3 | Lun, Mier, Vier | 9:00 a.m. |
| Carrefour                   | 36         | 3 | Mar, Juev, Sab  | 6:30 a.m. |
| Centrales Cartago           | 15         | 3 | Lun, Mier, Vier | 8:00 a.m. |
| Galerías                    | 20         | 3 | Lun, Mier, Vier | 7:00 a.m. |
| Olímpica Cartago            | 15         | 3 | Lun, Mier, Vier | 9:00 a.m. |
| Supermercado el Cafetal     | 15         | 3 | Lun, Mier, Vier | 8:00 a.m. |
| Supermercado la Avenida     | 10         | 3 | Mar, Juev, Sab  | 7:00 a.m. |
| <b>TOTAL</b>                | <b>339</b> |   |                 |           |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DEL PROYECTO.

Para el tamaño del proyecto se parte de la idea de atender la demanda de las 19 superficies comerciales antes mencionadas, que en la entrevista respondieron positivamente frente a aceptar un nuevo proveedor.

En la tabla 8 se muestra la cantidad demandada aproximada en dichos mercados y quienes participan en el, con sus correspondientes ofertas. Además se incluye la posible oferta con el ánimo de ponderar la participación, la cual se muestra a continuación en la tabla 14.

**Tabla 12** Participación Absoluta Estimada en el Mercado del Proyecto frente a los Competidores.

|                | Comercializadora | Cartago   | Toneladas-<br>Mes La<br>Hacienda | A Su<br>Plátano | Papa Los<br>Andes | Otros     | Total      |
|----------------|------------------|-----------|----------------------------------|-----------------|-------------------|-----------|------------|
| <b>G. Sup.</b> | 19               | 20        | 30                               | 25              | 10                | 6         | 110        |
| <b>M. Sup.</b> | 30               | 25        | 38                               | 27              | 22                | 27        | 169        |
| <b>P. Sup.</b> | 11               | 4         | 6                                | 6               | 3                 | 30        | 60         |
| <b>Total</b>   | <b>60</b>        | <b>49</b> | <b>74</b>                        | <b>58</b>       | <b>35</b>         | <b>63</b> | <b>339</b> |

FUENTE: INFORMACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, AÑO 2004



**Tabla 13 Participación Porcentual Estimada en el Mercado del Proyecto y los Competidores**

|        | Comercializadora | Cartago | Toneladas -Mes<br>La Hacienda | A Su Plátano | Papa Los Andes | Otros  |
|--------|------------------|---------|-------------------------------|--------------|----------------|--------|
| Gr Sup | 17.62%           | 18.10%  | 27.16%                        | 22.63%       | 9.05%          | 5.43%  |
| Me Sup | 27.11%           | 22.63%  | 34.40%                        | 24.44%       | 19.92%         | 24.44% |
| Pe Sup | 9.61%            | 3.62%   | 5.43%                         | 5.43%        | 2.72%          | 27.16% |
| Total  | 17.71%           | 14.45%  | 21.83%                        | 17.11%       | 10.32%         | 18.58% |

FUENTE: INFORMACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, AÑO 2004

**Gráfico No. 4. Participación % en el mercado**



FUENTE: CÁLCULOS DEL PROYECTO, SEGÚN TABLA NO. 11.

**4.2.1 Capacidad de financiamiento.** La capacidad financiera puede resumirse en forma de capital inicial en efectivo conformado en su totalidad por aportes sociales de sus tres miembros, por valor de \$30.000.000 millones de pesos M/CTE.

Para funcionar inicialmente la empresa comercializadora requiere de \$78.904.450 pesos. De acuerdo a la necesidad se presentará el proyecto de comercialización frutícola al Banco de Bogotá y **FINAGRO** para la búsqueda de créditos de libre inversión a Largo Plazo.

**4.2.2 Ventaja competitiva.** La calidad de las frutas será un reflejo de la calidad de los procesos que el agricultor realice desde los semilleros hasta la cosecha de las frutas; por esto la comercializadora brindará asesoría técnica a los agricultores con el fin de garantizar una buena producción y por ende una mejor presentación.

Los procedimientos que se requerirán para acopiar y manipular adecuadamente las frutas es simple, dada las características de ser un sistema sencillo, con productos de gran simplicidad tecnológica.

Como nivel tecnológico se puede considerar la utilización de servicios de una red de vehículos tipo camionetas Luv o Mazda de una tonelada de peso y camiones tipo Turbo de cuatro toneladas de peso en adelante, con carrocerías de estaca y con carpas de color blanco, que nos ayuda a disminuir el calor en el interior de los vehículos. Toda la fruta será clasificada, seleccionada, limpiada, desinfectada, encerada, empacada en el lugar de Acopio para ser transportada en canastillas plásticas a las superficies comerciales.

**4.2.3 Disponibilidad de productos:** Esta parte está plenamente garantizada en el momento en que la capacidad máxima lo exija, los proveedores potenciales de la región Norte del Valle del Cauca encuestados, en conjunto con la información de los agrónomos que manejan los cultivos de la zona, aseguran que hay suministro necesario de los productos para cumplirle al mercado.

**4.2.4 Distribución geográfica del mercado.** De acuerdo a la distribución geográfica de los consumidores se contará con una sola bodega de acopio, ubicada en el municipio de Roldanillo, la cual brindará cobertura al municipio de Cartago y la zona de Pereira y Dosquebradas.

**4.2.5 Estacionalidad y fluctuaciones.** Está representada por situaciones como el clima, temporada de vacaciones.

**4.2.6 Inflación, devaluación y tasas de interés.** La inflación afectará el proyecto en la medida en que al comienzo del año no se ajusten precios del mercado.

Las tasas de interés, se tendrán en cuenta debido a que se hará uso de crédito por \$14.890.000 de pesos, a una tasa de interés del 25.36% E.A.

**4.2.7 Valoración de riesgo.** Un transporte deficiente reduce las márgenes de utilidad de la comercializadora, además afecta notablemente la calidad de los productos. El empleo de mucho tiempo en transportar los productos puede ser uno de los grandes inconvenientes que ocasionalmente se presente. Esta demora en el transporte también ocasiona otro factor negativo en cuanto a que incrementa sus costos y aumenta los riesgos de deterioro de los productos.

Se puede presentar inconvenientes en el Acopio de la granadilla en las temporadas de lluvias, puesto que se acopia del sector rural, otro problema pueden ser los trancones en la vía y los paros de transportadores muy frecuentes en el país, en estos días la dificultad institucional es la falta de presencia del estado colombiano en el sector agropecuario y la falta de recursos financieros que generan políticas y planes gubernamentales para la solución de las deficiencias económicas de este sector de la producción.

## **4.3. LOCALIZACIÓN**

**4.3.1. Macro-localización.** La comercializadora tiene dos posibles ubicaciones. Los municipios opcionados son Roldanillo y La Unión en el departamento del Valle del Cauca.

Para hacer el análisis de macro-localización se empleó el método cualitativo por puntos, cuya síntesis aparece en la tabla 14

**Tabla 14 Macro-localización**

| Factores Relevantes  | Peso<br>Asignado | ROLDANILLO                    |                           | LA UNION                      |                           |
|--|------------------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------|---------------------------|
|  |                  | Calificación<br>Escala: 0-100 | Calificación<br>Ponderada | Calificación<br>Escala: 0-100 | Calificación<br>Ponderada |
| <b>Factores Gubernamentales y Comunitarios.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impuestos</li> <li>• Disponibilidad De Transporte y Costos.</li> </ul>    | 0.40             | 60                            | 24                        | 50                            | 20                        |
| <b>Factores Geográficos y de Infraestructura.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Red Vial Existente</li> <li>• Disponibilidad De Mano De Obra</li> </ul> | 0.30             | 55                            | 16.5                      | 60                            | 18                        |
| <b>Factores Económicos.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo De Los Terrenos</li> </ul>  | 0.30             | 80                            | 24                        | 60                            | 18                        |
| <b>Totales</b>   | 1.00             |                               | 64.5                      |                               | 56                        |

### **Variables a considerar para la localización de la bodega en el municipio de Roldanillo en el Valle**

- **Impuestos:** el municipio de Roldanillo mediante acuerdo 05 del 02 de marzo de 1998, estableció la exención de impuestos para nuevas empresas, agrícolas, ganaderas, microempresas, establecimientos comerciales, turísticos, o de servicio que demuestren generación de empleo. Para acceder a la exoneración, las empresas de distinta actividad deberán generar al inicio de su gestión mínimo (5) empleos permanentes o directos, y las microempresas como mínimo (3) empleos al inicio de su actividad, de los empleos que se generen el 80% deberán ser ocupados por personas de la localidad y además que estén vigentes con las mismas normas laborales y legales de la actualidad.<sup>9</sup>

- **Disponibilidad de mano de obra:** A pesar de la tendencia agrícola en su actividad económica, Roldanillo presenta una tasa de desempleo del 22% urbana y

<sup>9</sup> FUENTE: ALCALDIA MUNICIPAL ROLDANILLO

rural del 16%, lo cual se convierte en una oportunidad para aprovechar la mano de obra que tradicionalmente ha sido ocupada en procesos agrícolas.

- **Red vial existente:** Actualmente el municipio cuenta con excelentes vías de comunicación (puentes, vías pavimentadas) con el resto del área de influencia del proyecto como La Tulia, Bolívar, el Dovio, Versalles, la Unión, Pereira, Cartago (vía panorama).
- **Costo de los terrenos:** Debido al bajo nivel de actividad económica en este municipio, reflejado en los altos niveles de desempleo; actualmente existen bodegas y terrenos disponibles para su utilización a precios relativamente más bajos que en otros municipios donde el nivel de ocupación es mayor. Por ejemplo, en la Unión se dispone de una bodega a un costo de \$600.000.00, mientras que en Roldanillo, un predio similar cuesta aproximadamente \$400.000.00.
- **Disponibilidad de transporte y costos:** Los costos de transporte de las frutas entre la Tulia, el Dovio, Bolívar y Roldanillo es menor en aprox. \$15.000.00, debido a una menor distancia con relación a la Unión.

#### **Variables a considerar para la localización de la bodega en el municipio de La Unión en el Valle:**

- **Impuestos:** Este municipio considera también la exención de los impuestos para el establecimiento de nuevas empresas, al igual que el municipio de Roldanillo, fue difícil acceder a la información ya que hasta ahora están organizando la fuente de datos de la nueva administración.<sup>10</sup>
- **Disponibilidad de mano de obra:** Un punto a favor es que debido a la tradicional actividad agrícola en este municipio al igual que en el anterior, se cuenta con mano de obra capacitada para estas labores, no obstante dicha dinámica en este sector hace

---

<sup>10</sup> FUENTE: PLANEACION MUNICIPAL LA UNION

que el desempleo allí sea menor que el de Roldanillo y por lo tanto los costos por hora puedan ser mayores.

- **Red vial existente:** La unión está interconectada con los demás municipios por excelentes vías a excepción de la Unión La Victoria.
- **Costo de los terrenos:** Debido a su dinámica económica en el sector agrícola y comercial este municipio cuenta con buena disponibilidad en construcciones aptas para esta actividad, aunque los costos suelen ser más altos que en otros municipios debido a la mayor ocupación como se señaló anteriormente.
- **Disponibilidad de transporte y costos:** Los fletes entre la Unión y Pereira-Cartago, son iguales a los de Roldanillo, la diferencia está en el transporte de proveedores desde Bolívar, la Tulia, el Dovio que es más alta debido a la mayor distancia como se señaló antes.

De acuerdo con las tendencias hacia la localización de la bodega de acopio, el municipio de Roldanillo es seleccionado porque:

- Se consideró como de ubicación intermedia, ya que es punto central y el paso obligado de los municipios y corregimientos de interés para el proyecto esta posición es estratégica tanto en la consecución de la fruta como en la disponibilidad para el transporte y los costos.

El Municipio de Roldanillo será la sede del proyecto, está ubicado en la zona Norte del Departamento del Valle del Cauca. En el sistema colinado de la cordillera occidental, forma parte de la vertiente del Río Cauca y del sistema de drenaje del río Garrapatas (Pacífico).

Igualmente comprende, el área del Valle geográfico de río Cauca. Limita por el norte con los municipios de Versalles, y la Unión, por el sur con Bolívar, por el occidente con

El Dovio y por el oriente con Zarzal y la Victoria. Se encuentra a una distancia de 157 kilómetros de Santiago de Cali la capital del Valle.

Roldanillo está ubicado 4° 24´ 08 de latitud norte y a 76° 09´ 00 de longitud oeste y a 965 MSNM, con una temperatura media anual de 24° C y un clima Medio Seco, tiene una extensión en Km<sup>2</sup> 21.944 Km. De los cuales el 68% se localiza en la zona de ladera, el 19% en zona plana, y el 13% es el casco urbano, respectivamente.

De una población de 42.559 habitantes, 21.309 son hombres y 21.250 son mujeres.

La población rural es del 17.793% y la urbana 24.766%.

Los estratos sociales llegan al 5.

La tasa de desempleo:

- Urbana es del 22%
- Rural del 16%.

La actividad económica por sector es:

- Sector agropecuario 70%
- Sector industrial 5%
- Sector comercio 10%
- Sector servicios 10%
- Otros 5%.

La tendencia económica del municipio y de la región es agrícola, y hay disponibilidad como demanda de los productos a comercializar, las unidades de producción son directamente los agricultores.

**4.3.2 Micro-localización.** Una vez definida la macro- localización, se procedió a identificar las alternativas de micro- localización.

Se propusieron dos predios dado el POT (plan de ordenamiento territorial) del municipio de Roldanillo y los factores más relevantes de la comercializadora para la ubicación de la bodega. Para hacer el análisis de la micro-localización se empleo el método cualitativo por puntos cuya síntesis aparece en la tabla 17.

**Tabla 15 Micro-localización**

|                                      |                      | <b>PREDIO A</b>                   |                               | <b>PREDIO B</b>                   |                               |
|--------------------------------------|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| <b>Factores relevantes</b>           | <b>Peso asignado</b> | <b>Calificación Escala: 0-100</b> | <b>Calificación Ponderada</b> | <b>Calificación Escala: 0-100</b> | <b>Calificación Ponderada</b> |
| • Vías de Acceso.                    |                      |                                   |                               |                                   |                               |
| • Actitud de los vecinos.            | 0.40                 | 60                                | 24                            | 75                                | 30                            |
| • Tarifas de Servicios Públicos.     | 0.15                 | 20                                | 3                             | 30                                | 4.5                           |
| • Espacio disponible para expansión. | 0.20                 | 50                                | 10                            | 60                                | 12                            |
| • Costo de Arrendamiento             | 0.10                 | 30                                | 3                             | 40                                | 4                             |
|                                      | 0.15                 | 50                                | 7.5                           | 50                                | 7.5                           |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>100</b>           |                                   | <b>47.5</b>                   |                                   | <b>58</b>                     |



Después de analizar las alternativas entre los dos predios, la mejor opción para la ubicación de la bodega es el Predio B con una calificación de 58 puntos. Este se ubica en la carrera 2A No. 7-32 del Barrio Ipira. Sector de estrato 3.

- **Los factores locacionales que se tuvieron en cuenta fueron:**

Vías de acceso: comunican directamente con las vías de entrada y salida del municipio sin utilizar calles céntricas.

✓ Actitud de los vecinos: a pesar de ser un sector residencial la calle del predio se ubica en la parte de atrás de la manzana, motivo por el cual cuenta con muy pocas casas. La comercializadora no estaría generando molestias a los vecinos.

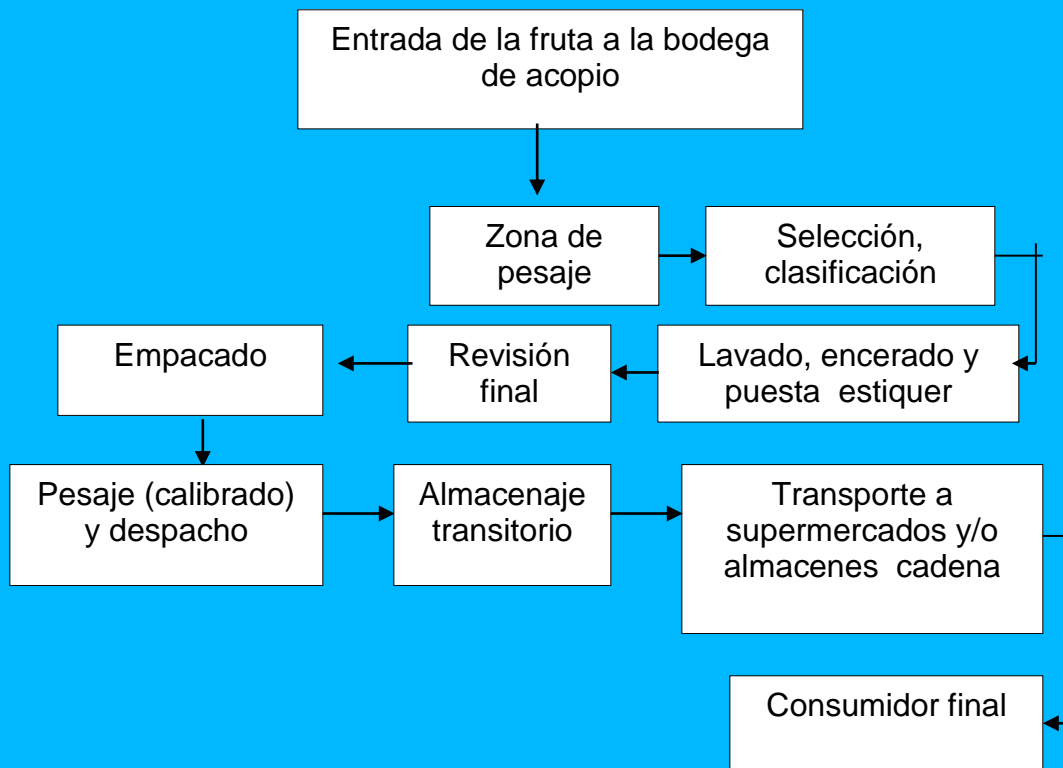
✓ Tarifas de servicios públicos: por estar ubicada en un sector de estrato 3 el costo de los servicios públicos es más económico.

✓ Costo de arrendamiento: el costo de los arriendos al igual que el de los servicios públicos es más económico por estar situado en un sector popular.

✓ Espacio disponible para expansión: consta de un espacio suficiente para hacer adecuaciones.

#### 4.4. PROCESO PARA EL ALISTAMIENTO DE LA FRUTA

DIAGRAMA 2. Proceso de operación



**DIAGRAMA 3. PROCESO DE FLUJO**

#### **4.4.1 Descripción de cada proceso.** Proceso intensivo en mano de obra:

El proyecto para su iniciación requiere de procesos manuales, con alguna mano de obra calificada, debido a que se necesita personal que conozca de manejo post-cosecha. En la región se dispone de mano de obra barata debido al desempleo y como la región es agrícola existe la posibilidad de personas idóneas en el manejo de frutas.

- **Operaciones post - cosecha**

Son una secuencia de labores que buscan disminuir los daños, aumentar el valor y mejorar la presentación de las frutas, para que lleguen convenientemente al consumidor final. Los pasos a seguir, son generales y aplicables a variedad de productos, aunque algunos demanden más o menos operaciones dependiendo de las características del mismo.

El grado de desarrollo y el estado de cada fruta debe permitir el transporte y manipulación de manera que llegue satisfactoriamente al lugar de destino.

- **Transporte inicial**

Entrada de la fruta a la bodega de acopio directamente de las fincas productoras. Para el transporte interno se utilizará los servicios de camionetas tipo Luv encarpadas de estacas, dicha fruta se transportará en canastillas plásticas.

- **Selección**

Primera operación, busca separar los productos “buenos” de los “malos”, es decir los que cumplan los criterios mínimos para ser comercializados. Se deben descartar los productos atacados por microorganismos, rajados, quemados.

**Tabla 16 Criterios para la selección de las frutas.**

| <b>Características mínimas para la selección de la maracuyá.</b>                                      | <b>Características mínimas para la selección de la granadilla.</b>        | <b>Características mínimas para la selección del melón.</b>                | <b>Características mínimas para la selección de la papaya</b>        |
|---|---|--|--|
| Enteras, con la forma característica de la variedad.  | Enteras, con la forma característica de la variedad.                      | Enteras, con la forma característica de la variedad.                       | Enteras, con la forma característica de la variedad.                 |
| De aspecto fresco y consistencia firme, limpias, sin humedad anormal.                                 | De aspecto fresco y consistencia firme, libre de magulladura.             | Desarrollados y maduros. Libres de magulladuras, humedad exterior anormal. | De aspecto fresco y consistencia firme.                              |
| El pedúnculo debe ser cortado de raíz.  | Sanas, libres de ataques de insectos o enfermedades.                      | De aspecto fresco y consistencia firme.                                    | si las papayas tienen pedúnculo la longitud no será superior a 1 cm. |
| Libres de daños, ataques de insectos, enfermedades, magulladuras o podredumbre que impida el consumo. | Deben tener pedúnculo y el corte debe quedar a la altura del primer nudo. | Sanos, libres de deterioro o cualquier daño que impida el consumo.         | Exentas de daños causados por bajas temperaturas y parásitos.        |

- **Clasificación**

Separación de los productos por criterios de calidad, es decir como los solicite los diferentes tipos de compradores, los principales criterios son: tamaño, color, forma, estado de madurez, entre otros. Resultado de este proceso se establecen categorías, tales como calibres y calidades (extra, exportación, primera, segunda).

**Tabla 17 Normas de calidad para clasificación de la maracuyá.**

| Calidades           | Tamaño   | De acuerdo al diámetro | Color          | Estado de madurez |
|---------------------|----------|------------------------|----------------|-------------------|
| Selectas-primeras   | Grandes  | más de 60              | verde amarillo | 50-60%            |
| Corrientes-segundas | Medianas | 50 a 59                | verde amarillo | 60%               |
| Terceras            | Pequeñas | 40 a 49                | amarillo       | 80-100%           |

**Tabla 18 Normas de calidad para clasificación de la granadilla**

| 10,5                | De acuerdo al diámetro en m.m. | De acuerdo al peso gramos | Características  |
|---------------------|--------------------------------|---------------------------|--|
| Selectas-primeras   | 71 m.m. en adelante            | 128-140                   | Granadillas de calidad superior, bien formadas. Exentas de cualquier defecto que perjudique la calidad del fruto.        |
| Corrientes-segundas | 61-70                          | 106-122                   | Ligeros defectos de color. cicatrices ocasionadas por insectos y/o ácaros  |
| Terceras            | 55-60                          | 74-83                     | De formación del fruto. Defectos de color, rugosidad de la cáscara. Ausencia de cera, cicatrices ocasionadas por ácaros. |

**Tabla 19 Normas de calidad para clasificación del melón.**

| Calidades           | De acuerdo al diámetro | Características   |
|---------------------|------------------------|---|
| Selectas-primeras   | 7.5- 8.0               | Leves defectos de forma, coloración. Leves manchas consecuencia del roce o manipulación. Grietas cicatrizadas en el pedúnculo, con tal que no sean superiores a 2 cm y no afecten la pulpa. |
| Corrientes-segundas |                        | Defectos de forma y color. Ligeras cicatrices o fisuras profundas que no afecten la pulpa de la fruta. Manchas consecuencia de roce o manipulación. Leve magullamiento.                     |

**Tabla 20 Normas de calidad para clasificación de la papaya.**

| Calidades     | Características  | Calibres/peso gr                    |
|---------------|--|-------------------------------------|
| Extra         | Papayas de calidad superior, con la forma y color característicos de la variedad libres de defectos, exceptuando imperfecciones muy leves que no afecten el aspecto, calidad y conservación de la papaya   | a- 1700-2300<br>b- 2300 en adelante |
| Categoría uno | Defectos leves de forma y color. Leves defectos en la piel debido a raspaduras, quemaduras del sol, magulladuras sanas, que en ningún caso afecten la pulpa de la fruta.   | c- 700-1300<br>d- 1300-1700         |
| Categoría dos | Defectos de forma y color, siempre que se conserven las características de la papaya. Leves defectos en la piel debido a raspaduras, quemaduras del sol, magulladuras sanas, que en ningún caso afecten la pulpa de la fruta, y el daño no exceda el 10% de la superficie. | e- 200-700                          |

- **Limpieza**

Eliminación de los agentes que no sean de la naturaleza del producto, es decir separarlo de ramas, hojas, suelo, insectos, y demás, que afecten la calidad e integridad de las frutas y hortalizas en su almacenamiento, transporte y venta. Los métodos mas conocidos de limpieza, son secos (zarandas y costales) y húmedos (aspersión o inmersión en agua)

- **Lavada y desinfección**

Proceso de disminución y prevención de carga de microorganismos en la superficie del producto. El lavado se hace para el melón y para la papaya, la operación se realiza en tanques con agua limpia y detergente.

- **Encerado**

Restauración de las ceras naturales perdidas en el producto por el lavado y la desinfección, la cera aplicada protege el producto de la entrada de agentes patológicos, evita la pérdida de agua y disminuye la entrada de oxígeno. El uso de este proceso es fundamental en la papaya, ya que disminuye los procesos de deterioro, tales como la respiración y la transpiración. La cera puede ser aplicada directamente al producto, mediante una espuma, también por aspersión o inmersión.

- **Empaque**

El sistema es integral ya que contiene, protege y vende el producto, es parte fundamental del manejo adecuado de las fruta, el empaque está desarrollado de acuerdo a las características de cada especie de fruta y de las necesidades del mercado. Fundamentalmente debe permitir su aseo y buena presentación. Los materiales de fabricación de los empaques, son canastillas plásticas (cartón polímero) para 10-12 kilos, 18-20 kilos de peso.

- **Almacenamiento transitorio**

Es un almacenaje temporal debido a lo perecedero de las frutas, sin detrimento de su calidad, para garantizar la calidad interna de las frutas hay que considerar algunos factores como:

- Temperatura
- Humedad relativa
- Ventilación, aireación de la bodega
- Limpieza
- Condición del sol.



Manejando adecuadamente estos factores, e impidiendo daños mecánicos y la acción de microorganismos, se puede lograr productos de alta calidad y mayor tiempo de vida.

**Temperatura:** Al bajar la temperatura, sin sobrepasar la temperatura crítica o el punto de congelación, se bajan los procesos de respiración, transpiración. Se retardan también los procesos de maduración y senescencia, se disminuye la actividad microbiana.

**Humedad Relativa:** Su elevación disminuye la transpiración pero favorece el desarrollo de microorganismos, por lo que debe encontrarse un adecuado punto de equilibrio.

**Composición Atmosférica:** La reducción de los niveles de oxígeno y la elevación del contenido de CO<sub>2</sub>, sea intencional (uso de atmósferas controladas o modificadas, uso de empaque especiales) o intencional (ventilación restringida), puede ser favorable por retardar los procesos metabólicos.

De acuerdo a las condiciones de perechibilidad de las frutas se concluye que la temperatura debe ser lo más baja posible, fresca, estas no deben quedar expuestas directamente al sol y se deben recolectar en horas de baja temperatura.

- **Transporte a las superficies comerciales**

La bodega de almacenamiento Acopio, selección y empaque se encontrará ubicada en el municipio de Roldanillo- Valle. Desde aquí se transportará la fruta hasta donde se encuentren las superficies comerciales con quines se haya establecido contratos, se efectuará por medio de camión tipo turbo con capacidad para 5 o 6 toneladas ya antes descrito en este informe, en las horas de la noche, no solo, para aprovechar las bajas temperaturas, sino que estos formatos reciben los productos del campo en este horario.

#### **4.5 OBRAS FÍSICAS Y DISTRIBUCIÓN PLANTA**

El objetivo primordial que persigue la distribución en planta es hallar una ordenación de las áreas de trabajo y del equipo, que sea la más económica para el trabajo, al mismo tiempo que la más segura y satisfactoria para los empleados.

La infraestructura que se requerirá para acopiar y manipular adecuadamente las frutas es simple, dada las características de ser un sistema sencillo, con productos de gran simplicidad tecnológica. Sin embargo, la simplicidad no debe confundirse nunca con el descuido de los principios básicos que gobiernan la sanidad e higiene industrial y que deben rodear a un sistema de manipulación de alimentos.

Para efectos del proyecto es necesario contar con un local física y operativamente adecuado (energía, agua, teléfono) para la recepción de la fruta, la cual deberá tener algunas características especiales en cuanto a temperatura, humedad, limpieza, condiciones del sol. Es importante considerar que las frutas son de rápida perecibilidad en cuanto a su calidad. Es decir, aún cuando muchas especies mantienen sus condiciones de integridad, su calidad interna varía si las condiciones de almacenaje no son las adecuadas.

No obstante el local o bodega deberá estar construida de bloque de concreto, con columnas de concreto armado y con techo de estructura metálica; además deberá contar con dos puertas que permita el libre acceso a los camiones para que puedan descargar y cargar directamente la fruta. Las dimensiones de esta, estarían estimadas en 30 metros de fondo por 10 metros de ancho, es decir 300 metros cuadrados, lo que significaría que su forma sería rectangular, con una altura aproximada de 6 mts. para efectos de aireación y ventilación.

#### 4.5.1 Distribución en planta

- Un área de circulación de las camionetas y los camiones de 70 metros cuadrados aproximadamente.
- Un área para recepción, pesado inicial de la fruta de 150 metros cuadrados aproximadamente.
- Un área para el proceso de clasificación, selección, lavado y encerada de 80 metros cuadrados.
- Área de Administración u oficina de 26.50 metros cuadrados.
- Área de bodega para materiales y herramientas de 20 metros cuadrados.

Mediante excavación en tierra se empotrará una pesa digital con capacidad para tonelada y media de peso, esta irá seguida de la zona de descargue de la fruta y, entre las zonas de almacenajes transitorios irían dos pesas para 240 kilos, donde se calibra el peso final de las canastillas para los envíos a las diferentes superficies comerciales.

La planta contará con dos mesas ubicadas al lado de la zona de pesaje y almacenaje transitorio; estas se fabricarán en madera lisa y con unas dimensiones de aproximadamente de 1.00 x 2.00 metros; la cubierta de encima de la mesa es de madera lisa y lleva una pestaña de 12 centímetros de alto para que la fruta no se ruede, a la vez que va revestida con una espuma de 2centimetos aproximadamente para que la fruta no se maltrate.

De igual manera se deberán instalar dos tanques portátiles para el lavado de la fruta cuya base está hecha en ángulos de acero inoxidable y las canoas en material plástico o en fibra de vidrio, con unas dimensiones de 3.00 metros de largo por 60 centímetros de profundidad. Estos se ubicarán en el fondo de la bodega recostados a la pared donde van las llaves que los abastecerán de agua; después de estos tanques se sitúa

una tercera mesa de 1.50 x 3.00 metros para el secado, encerada, puesta de estiques y empacado de la fruta.

Así mismo, el local contará con una oficina funcional, ubicada a un lado de la bodega, que estará dotada con muebles y equipo para oficina.

Se ha estimado necesario hacer mención especial a los servicios higiénicos por la relevancia que ellos tienen en la conservación de la sanidad e higiene de una instalación de este tipo. Las condiciones en que los servicios higiénicos funcionen, la localización de los servicios y el programa de higienización, son factores de gran importancia en la calidad del proceso mismo.

Seguida del área de la oficina se ubicará el área para el almacenamiento de canastillas plásticas, cajas de cartón, bolsas plásticas, cajas de madera, papel para cubrir las canastas, cera, detergentes, mangueras, escobas, cepillos. **Ver Anexo E**

## **4.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

**4.6.1 Consideraciones generales.** Compromisos para funcionar y operar legalmente a nivel Municipal

- **Certificación de Uso de Suelos:** Roldanillo cuenta con unas normas referentes al uso de suelos que están consagradas en el POT (Plan de Ordenamiento Territorial). Acuerdo No. 157 del 2.000 que establece unos requisitos mínimos en cuanto a la localización de los establecimientos comerciales. Es el departamento de Planeación Municipal quien establece la viabilidad para la ubicación y ofrece un periodo de tres meses de prueba.
- **Certificado de Seguridad Cuerpo de Bomberos:** A través de una visita al establecimiento emiten aprobación para el funcionamiento.
- **Certificado de Unidad Ejecutora de Saneamiento (CAT):**

### **Compromisos con el Registro Mercantil**

- Por disposición legal los comerciantes están obligados a matricularse en el Registro Mercantil que lleva la Cámara de Comercio y a matricular allí mismo su empresa o negocio. También deben registrar en su propio interés y en el de terceros, los actos, los libros y documentos que señale la ley, tales como las reformas y liquidaciones de sociedades, las enajenaciones y cancelaciones de establecimientos de comercio, los contratos de prenda, reserva de dominio y agencias comerciales, los poderes de representación, los embargos y demandas civiles, los nombramientos de administradores y revisores fiscales y otros.

### Compromisos con el Estado

- Declarar renta anual
- Pagar el 38.5% sobre utilidades
- Facturar previa autorización
- Llevar contabilidad

#### 4.6.2 Constitución jurídica.

El tipo de sociedad a constituir será una **Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada**. En las compañías de responsabilidad limitada los socios responderán hasta el monto de sus aportes. En los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresándose su naturaleza, cuantía, duración y modalidades" (Art. 353 Código de Comercio).

El capital social de esta se pagará integralmente al constituirse la compañía, el capital estará dividido en cuotas de igual valor, previstas en los estatutos, el número de socios es de 3 personas los cuales deberán responder hasta el monto de sus aportes, la representación legal de la sociedad y la administración corresponderá a uno de los socios, nombrado por comité el fundador, estableciendo de manera clara y precisa sus atribuciones.

Los socios tendrán derecho a examinar en cualquier tiempo, por si o por medio de un representante, la contabilidad de la sociedad, los libros de registros de socios y las actas, y en general todos los documentos de la compañía, La empresa se podrá disolver por la imposibilidad e incapacidad de cumplir sus objetivos para lo cual fue creada y/o por resolución motivada del Ministerio de Hacienda, contra lo cual podrá interponerse los recursos en vía administrativa y contenciosas prevista por las leyes que rigen nuestra Nación y demás aplicables.

A demás se tendrá en cuenta que cuando ocurran pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50%, o cuando el número de socios exceda de 25 se deberá disolver la sociedad. **Ver Anexo B**

- **Tamaño del proyecto.** Como se mencionó anteriormente, la empresa es pequeña por lo tanto se acogerá a los requisitos que exige la sociedad limitada.
- **Socios y su correspondiente monto.**

**Tabla 21 Socios y monto**

| <b>Socio</b>           | <b>Documento de identidad</b> | <b>No. De Cuotas</b> | <b>Valor nominal de cada cuota</b> | <b>Valor total en peso</b> |
|------------------------|-------------------------------|----------------------|------------------------------------|----------------------------|
| MARTHA CECILIA ACEVEDO | 66.701.922                    | 2                    | 5.000.000                          | 10.000.000                 |
| DIANA LIZETH URIBE     | 24.695.038                    | 2                    | 5.000.000                          | 10.000.000                 |
| DIEGO DE JESÚS ROMAN   | 16.546.926                    | 2                    | 5.000.000                          | 10.000.000                 |

- **Responsabilidad deseada por los socios ante terceros, acerca de las operaciones y resultados de la empresa.** Como se había mencionado antes la responsabilidad de los socios ante terceros será solamente hasta los aportes hechos a la sociedad empresarial.
- **Razón Social: OCCIFRUTAS LTDA**

**Objetivos Generales y Carácter de la empresa.** Se crea como una compañía dedicada a la comercialización de frutas tropicales, compradas directamente a los productores de la región del Norte del departamento del Valle del Cauca. Inicialmente con la comercialización de Maracuyá, Papaya, Melón y Granadilla. Se pretende obtener el máximo beneficio para sus propietarios y la comunidad, dentro del criterio del mejor tratamiento racional y agro-ecológico de los productos ofrecidos por la institución, pensando primero en el impacto ecológico de estos y su beneficio directo hacia la comunidad y el entorno natural de la región. Se comercializarán frutas tropicales

frescas, orientadas a satisfacer mercados como: Grandes, Medianas y Pequeñas Superficies Comerciales.

Domicilio de la empresa. Tendrá su domicilio o sede principal en la ciudad de Roldanillo, departamento del Valle del Cauca, Colombia.

Actividades a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos. Para el cumplimiento de los objetivos se entregarán los productos a las superficies comerciales cumpliendo con los requisitos de calidad antes mencionados, con una frecuencia tres, es decir lunes, miércoles, viernes o, martes, jueves y sábado. Además, a través de personas vinculadas a la institución se brindará asesoría técnica a los productores en los procesos de planeación, mercado, siembra, desarrollo, cosecha y poscosecha de las frutas tropicales; e incentivará a los proyectos de investigación para el mejoramiento de la presentación de las frutas.

- **Políticas y principios de los asociados.**

**Tabla 22 Políticas y normas**

| <b>POLITICAS Y NORMAS</b> |   |
|---------------------------|---|
| •                         | EXCELENCIA EN EL SERVICIO A TRAVES DEL BUEN MANEJO DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS |
| •                         | PUNTUALIDAD EN HORARIOS DE ENTREGA  |
| •                         | SERIEDAD Y CUMPLIMIENTO PARA LOGRAR FIDELIDAD DE PROVEEDORES Y CLIENTES       |
| •                         | EQUIDAD EN PRECIOS Y TIEMPOS DE PAGO PARA PROVEEDORES                         |
| •                         | VELAR POR EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE LA PARTE HUMANA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN |
| •                         | RESPECTO Y CONSERVACION DE LOS VALORES DE LA EMPRESA                          |
| •                         | VELAR POR EL BIENESTAR DE LOS BIENES DE LA EMPRESA.                           |

- **Organismo de dirección y de administración.** La empresa **OCCIFRUTAS Ltda.**, tendrá los siguientes órganos de dirección y control, en orden de importancia para la toma de decisiones de la compañía.



**1. COMITÉ FUNDADOR.**

**2. DIRECTOR EJECUTIVO.**

**3. TESORERO.**

**EL COMITÉ FUNDADOR:** Es el máximo organismo de la empresa y está integrado por los tres socios que son personas naturales.

## **FUNCIONES**

**Es función del Comité Fundador.**

1. Impulsar las directrices de la empresa, además, estudiar, modificar, aprobar o improbar los estados económicos y financieros de la empresa.
2. Cumplir y hace cumplir los estatutos y objetivos de la empresa.
3. Reformar y adicionar los estatutos de la empresa en la medida que se amerite.
4. Nombrar al director ejecutivo de la empresa y autorizarlo como representante legal de ella, también, vigilar el cumplimiento de las funciones del director.
5. Disponer de las utilidades sociales conforme al contrato y a las leyes.
6. Desempeñar cualquier otra función que no este específicamente asignada a otro.
7. Hacer las elecciones que correspondan según estatutos o leyes. Asignar a las personas elegidas y removerlas libremente.
8. Resolver todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios.
9. Decidir sobre el retiro y exclusión de socios.
10. Exigir de los socios las prestaciones complementarias o asesorías si hubiere lugar.

**EL DIRECTOR EJECUTIVO:** Es el representante legal de la empresa, nombrado por el comité fundador para un periodo de dos (2) años, pudiendo ser reelegido para varios periodos.

En caso de falta absoluta, temporal o accidental de este funcionario, será nombrado en reemplazo por el Comité Fundador en una reunión extraordinaria con igualdad de atribuciones, deberes y responsabilidades.

**Es función del Director Ejecutivo.**

1. Representar Judicial y Extrajudicialmente a la empresa, en todos los actos sociales a que haya lugar, ya sea en forma activa o como sujeto de obligaciones.
2. Celebrar todos los actos y ejecutar los contratos que tengan relación directa con la empresa, ya sea con personas naturales, jurídicas o entidades de derechos públicos o privados.
3. Designar los empleados que requieran la empresa para el normal funcionamiento y asignarles la remuneración que le ha autorizado el comité fundador para cada cargo creado por la misma entidad.
4. Nombrar los apoderados judiciales o en extrajuicio que requiera la empresa para la adecuada representación en defensa de sus derechos, otorgándoles a tales apoderados las facultades que el Comité Fundador le hubiere autorizado delegar de las que el mismo goza.
5. Convocar al comité fundador a las reuniones ordinarias o extraordinarias previsto por la ley.

El Director Ejecutivo, tiene atribuciones especiales para actuar en representación de la empresa en todos los actos y contratos de esta, por una suma no superior a tres millones (3.000.000) de pesos moneda corriente, para cada operación, los que impliquen una mayor cuantía, se requiere la previa autorización de el comité fundador y se hará constar en una acta.

**EL TESORERO:** Es el responsable del manejo económico, contable y financiero en relación con el patrimonio y el capital social de la empresa.

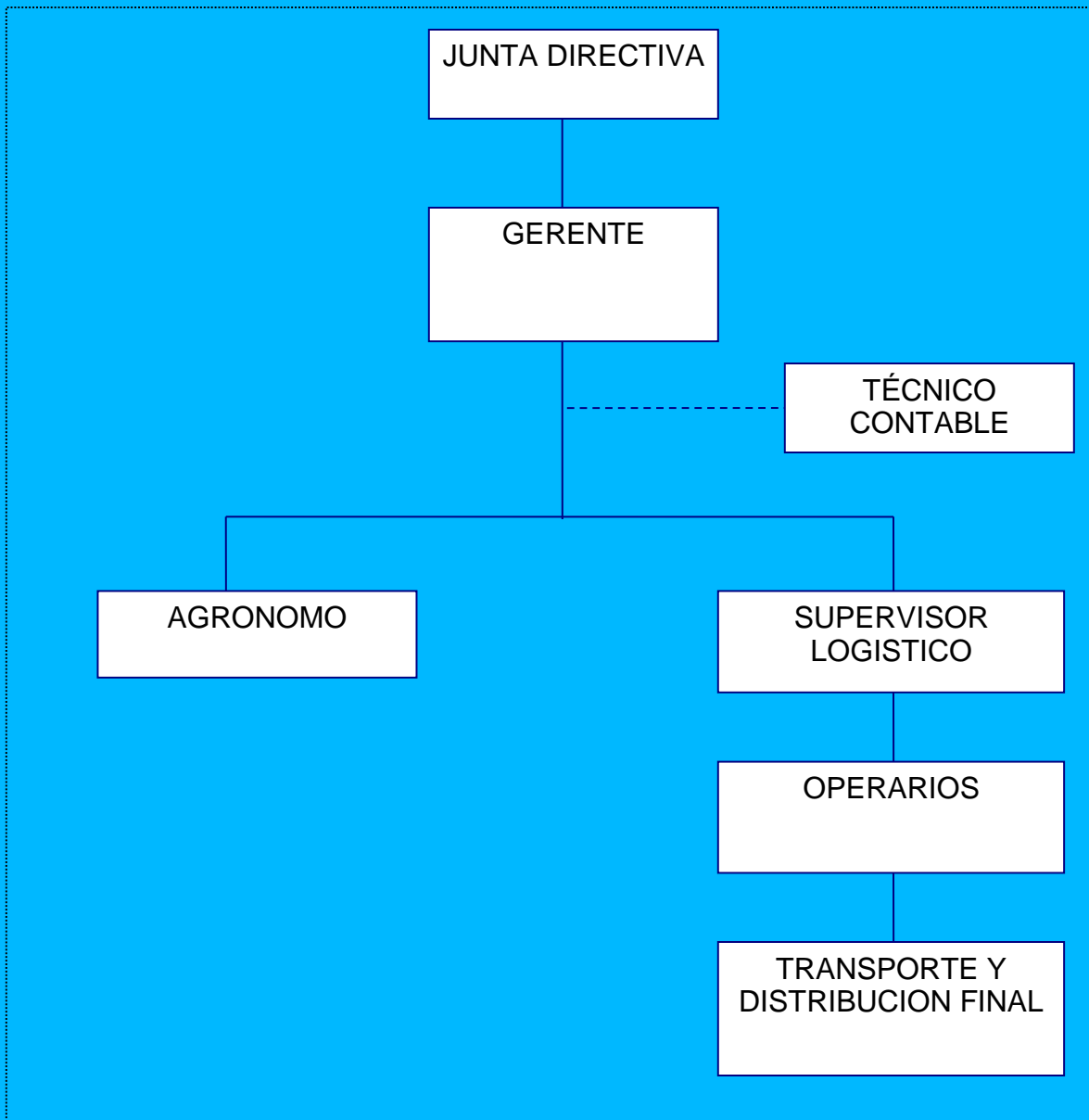
**Son funciones del Tesorero:**

1. Recaudar las rentas e ingresos de la empresa y llevar en forma detallada un control sobre los mismos.
  2. Atender oportunamente el pago de las obligaciones de la empresa según informe del director ejecutivo.
  3. Llevar ordenadamente y observando todas las exigencias legales, los libros y la cantidad de la empresa.
  4. Los demás que de acuerdo con la ley comercial, los estatutos o las actividades de la empresa que se asigne el comité fundador.
- **Mecanismos de Control y Vigilancia.** La empresa **OCCIFRUTAS Ltda.**, estará sometida a las disposiciones legales y a la vigilancia que determinen las leyes Colombianas para tal fin.
  - **Condiciones de disolución y liquidación.** La empresa podrá disolverse por la decisión tomada por las tres cuartas (3/4) partes de los miembros del Comité fundador, por la imposibilidad e incapacidad de cumplir sus objetivos para lo cual fue creada y/o por resolución motivada del Ministerio de Hacienda, contra lo cual podrá interponerse los recursos en vía administrativa y contenciosas prevista por las leyes que rigen nuestra Nación y demás aplicables. Declarada la disolución de la empresa, la junta de asociados procederá de inmediato a su liquidación, para lo cual se designará un liquidador con su respectivo suplente, señalándose en plazo máximo en el cual debe cumplirse el mandato. La empresa conservará su capacidad jurídica para todos los actos inherentes a la liquidación de manera que cualquier acto u operación ajena a ella, compromete la responsabilidad solidaria del

liquidador. Para facilitar la labor del liquidador, los miembros de la empresa podrán declararse en asamblea general permanente o tomar las medidas necesarias para conseguir el mismo fin. Al liquidarse la empresa se atenderá primero el pago de pasivos existentes a cargo de la entidad y sus excedentes pasarán a ser repartidos entre los miembros de la junta de asociados en proporción a sus aportes.

### 3.7.4 Estructura Organizacional

**DIAGRAMA 4. Organigrama de la empresa**



Dentro de la filosofía institucional se puede decir que la misión es la siguiente:

**MISION.** OCCIFRUTAS LTDA... tiene como misión:

“Comercializar frutas tropicales de excelente calidad producidas en la región, buscando siempre prestar un buen servicio, para contribuir al desarrollo y al mejoramiento del nivel de vida de productores y consumidores.”

**VISION.** OCCIFRUTAS LTDA... tiene como Visión:

“Liderar y promover el desarrollo socioeconómico de la región convirtiéndonos en un gran centro de acopio y abastecimiento de frutas, generando empleo y una excelente calidad en el servicio”.

#### 4.6.4 FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

**Manual de Funciones y Reglamentos.** A continuación se establece el personal calificado requerido para el proyecto, sus características y su perfil académico.

**Gerente General:** es el representante legal, inicialmente liderado por uno de los socios, con algún conocimiento en mercadeo y gerencia en empresa agropecuaria. Su función será:

- Llevar la representación legal y jurídica de la empresa.
- Celebrar todos los actos y ejecutar los contratos que tengan relación directa con la empresa, ya sea con personas naturales, jurídicas o entidades de derechos públicos o privados.
- Designar los empleados que requieran la empresa para el normal funcionamiento y asignarles la remuneración que le ha autorizado el comité fundador para cada cargo creado por la misma entidad.
- Nombrar los apoderados judiciales o en extrajuicio que requiera la empresa para

la adecuada representación en defensa de sus derechos, otorgándoles a tales apoderados las facultades que el Comité Fundador le hubiere autorizado delegar de las que el mismo goza.

- Convocar al comité fundador a las reuniones ordinarias o extraordinarias previsto por la ley.

**Técnico Contable:** que realizará las siguientes funciones bajo la supervisión de un Contador, que será contratado como asesor y dedicará 2 días para la empresa.

- Estructurar y elaborar el presupuesto de ingresos y egresos de la empresa y presentarlos al gerente en forma mensual una vez sea corregido por el contador
- Elaborar los balances semestrales de la empresa para presentarlos en la reunión semestral.
- Realizar las operaciones económicas máximo por la cuantía que determine el Gerente.
- Establecer y manejar previa autorización del Gerente un fondo para manejarse como caja menor por un valor equivalente a un salario mínimo mensual vigente.
- Mantener al día los libros de actas contables, correspondencia y demás
- Las demás funciones que señale su cargo.

**Supervisor Logístico:** Este cargo será liderado por uno de los socios, cuya profesión es la de Ingeniero Agrónomo, quien estará encargado del manejo poscosecha de la fruta y cuyas funciones serán:

- Evaluar la calidad de la fruta que entra a la bodega de Acopio.
- Elaborar recibo de aceptación y/o devolución de la fruta.

- Verificar que los procesos de clasificación, maquila y empaque de la fruta se hagan de acuerdo a los estándares de calidad.
- Brindar asesoría técnica a los productores de la empresa.

**Despachador:** encargado de controlar la salida de las frutas a las diferentes superficies comerciales, el puesto corresponde inicialmente a otro de los integrantes de la sociedad, cuyas funciones serán:

- Verificar el peso de los pedidos con los despachados.
- Realizar las planillas para los conductores de los vehículos.
- Calibrar las pesas.
- Entregar copia de los despachos al técnico contable.

**Operarios:** cuyas funciones serán:

- Encargados de los procesos de clasificación, selección, maquila (lavado, desinfección, encerado y puesta de estiques), empaque y embalaje de las frutas.
- Dejar limpia la bodega después de realizados los procesos.
- Descargar y Cargar los vehículos.
- Pesar las cargas.

**Transporte y distribución final:** Los vehículos serán contratados por servicios.  
Funciones:

- Una primera fase es transportar las frutas desde los sitios de producción hasta la bodega de acopio.
- La siguiente fase es transportar las frutas desde la bodega de acopio hasta las diferentes superficies comerciales en Cartago, Pereira y Desquebradas.
- Mantener los vehículos limpios y en buen estado de funcionamiento.
- Cumplir con los días y horarios requeridos por la empresa.

**PRINCIPALES ASPECTOS DE CONTROL.** Para el control de los procesos de alistamiento de la fruta se elaboraron dos planillas que son básicas para llevar registros de entrada y salida de frutas así:

1. **Control entrada de frutas:** específico quien es nuestro proveedor, clase de fruta, calidad, cantidad, precio de compra. **Ver anexo F**
2. **Planilla de pedido:** Permite llevar un registro por cliente con la fecha que corresponde a la entrega, cantidad de fruta, nombre de la misma, # de canastas en las que va empacada la fruta, con sus respectivas especificaciones de presentación. A demás llevara el nombre del conductor, y número de placa del vehículo transportador. . **Ver anexo G**
3. **Para la evaluación de desempeño:** diseñamos una planilla que se anexa como ejemplo. . **Ver anexo H**

**Nota: Ver Anexos**

1. Planilla Control entrada de frutas
2. Planilla de Pedido
3. Planilla para Evaluación de desempeño



El control de calidad efectivo de la razón de ser de OCCIFRUTAS LTDA, comprende algo más que expresar un deseo de tener productos de calidad, es aplicar el sistema de planillas de controles diseñadas con el fin de alcanzar eficiencia y eficacia de los procesos utilizados. Con estos procedimientos se pretende llevar a cabo el cumplimiento de objetivos propuestos permitiendo evaluar las labores efectuadas.

### **Diseño del programa de capacitación y desarrollo para el personal.**

Necesidades en la parte operativa (manipulación de la fruta):

- Mejorar la calidad y apariencia de la fruta.
- Reducir pérdidas identificando la causa de los daños en la poscosecha.
- Talleres de Sensibilización y Motivación.

Necesidades en la parte administrativa:

- Desarrollar talleres de autoestima y liderazgo.
- Atención al Cliente.
- Relaciones Humanas.
- Ventas y Mercadeo.

La capacitación expresa objetivos educacionales, cognoscitivos psicomotores, afectivos tales que:

- Explicar y demostrar la forma correcta de realizar la labor dentro de la bodega.
- Ayudarlos a desempeñarse primero bajo supervisión y luego permitir que lo hagan solos.
- Evaluar constantemente el nivel de comprensión mediante prácticas.
- Involucrar a todos los operarios para que participen activamente (no solo observar la demostración de un individuo).
- Usar material visual (como muestras de frutas defectuosas y de excelente calidad para encontrar diferencias).
- Estimular a los operarios para que hagan preguntas sobre el tema.

- Desarrollo de talleres de autoestima motivación y para su convivencia y buen desempeño laboral.
- Enfatizar actitudes, sentimientos y emociones.
- Información y conocimiento base de los programas de información.

De acuerdo a estas necesidades la capacitación y desarrollo pertinentes estarán orientados a cubrir al personal en general y consisten en:

**Tabla 25 Capacitación y desarrollo**

| <b>CARGO</b>                             | <b>CRECIMIENTO EMPRESARIAL</b>   | <b>DESARROLLO EMPRESARIAL</b>  |
|--|--|--|
| Gerente<br><br>Técnico<br>Contable       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoestima</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Crecimiento humano</li> <li>• Comunicación humana y organizacional</li> <li>• Como escuchar efectivamente</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Admón efectiva del espacio y el tiempo</li> <li>• Matemática financiera para no financieros</li> <li>• Actualización legal Y tributaria.</li> <li>• Excelencia Secretarial</li> </ul> |
| Supervisor,<br>Operarios,<br>Despachador | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoestima</li> <li>• Comunicación y trabajo en equipo</li> <li>• Solución pacífica de conflictos</li> <li>• Proyecto de vida</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad Social</li> <li>• Ciclo de Conferencias sobre manejo post cosecha de frutas tropicales y exóticas.</li> </ul>   |

**Tabla 24 Modelo cronograma de capacitación para el personal operario de la comercializadora.**

| <b>FECHA</b> | <b>LUGAR</b>             | <b>TÉCNICAS</b>                                    | <b>PRUEBA A UTILIZAR</b>  |
|--------------|--------------------------|--|---|
|              | Parque recreacional      | Sensibilización y autoestima                       | Dinámicas y taller de grupo   |
|              | Salón comunal del barrio | Proyección película pos-cosecha de frutas          | Mediante prueba escrita se mide el nivel de comprensión del asistente |
|              | Bodega de la empresa     | Demostración experimental de selección de la fruta | Cada participante vivencia lo aprendido mediante ejemplos             |
|              | Bodega de la empresa     | Demostración de empaque y distribución de fruta    | Taller practico supervisado por personal experimentado                |

- Los cursos son teóricos prácticos dictados por personal capacitado de ASOFRUNCOL. Y del SENA.

**Tabla 25 Modelo cronograma de capacitación y desarrollo para el personal directivo y administrativo.**

| <b>FECHA</b> | <b>LUGAR</b>                   | <b>TÉCNICA</b>                         | <b>PRUEBA A UTILIZAR</b>                |
|--------------|--------------------------------|--|---|
|              | Club de Leones                 | Conferencia                            | Dinámicas que fomentan la participación |
|              | Sala de Conferencia de Hotel   | Instrucciones con ayuda de computadora | Practicas y Simulaciones                |
|              | Salón de Conferencias de Hotel | Seminario                              | Talleres prácticos                      |

- Dictados por personal capacitado en Talentos Humanos.

## CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO

Para la creación y establecimiento de cualquier empresa se debe tener un conjunto organizado de elementos humanos, materiales y técnicos, con amplio conocimiento en el área.

El estudio técnico permitió identificar los recursos necesarios para la operación del proyecto, además de establecer programas para el alistamiento de las frutas y definir las condiciones y demás requerimientos para el funcionamiento.

La escogencia de los proveedores, la utilización de algunos insumos, se hizo bajo criterios de conveniencia y garantía en la adquisición. También el estudio arrojó resultados apropiados para tomar la decisión final sobre la micro localización partiendo de las diferentes variables que afectan al proyecto.

De otro lado el diseño del organigrama y la asignación de las funciones dan la pauta para el logro de un ambiente apropiado en la parte administrativa, teniendo en cuenta que se tomaron los elementos necesarios para hacer de todos los componentes un conjunto que actúe en la consecución tanto de los objetivos generales como específicos.

## **5. ESTUDIO FINANCIERO**

### **5.1 OBJETIVOS**

#### **5.1.1 OBJETIVOS GENERALES**

- Determinar el monto de los recursos financieros necesarios para la realización y operación del proyecto.
- Proyectar los resultados financieros para el periodo de evaluación .

#### **5.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Calcular el valor de la inversión fija requerida por el proyecto
- Estimar el valor del capital de trabajo necesario para la operación del proyecto
- Hallar el monto de los ingresos que se obtendrán durante el periodo de evaluación
- Calcular el costo de los valores operacionales para cada año
- Definir las fuentes de financiamiento que van a ser utilizadas por el proyecto y los sistemas de amortización de los créditos
- Elaborar los flujos de fondos del proyecto

Dentro de nuestras políticas financieras, manejaremos la rotación de cartera, la cual manejaremos con un vencimiento y plazo máximo de pago, por lo cual todos los meses contaremos con saldos de clientes comerciales x venta de producto.

El estudio financiero recoge, resume, analiza e interpreta los datos contables para obtener así la información necesaria relacionada con las operaciones del proyecto.

Establece además, las reglas indispensables para el manejo de viabilidad, de manera que cuando sea necesario se pueda conocer el estado real del proyecto, Para efectuar las proyecciones del proyecto se tendrá en cuenta la inflación por tanto el sistema a emplear será en términos corrientes.

- **ESTIMATIVOS**

Para proyectar los ingresos y egresos se analiza la inflación cinco años atrás, según. **D.A.N.E** y se hizo un promedio para los estados financieros proyectados a cinco años así:

**TABLA N° 26 PROMEDIO INFLACIÓN PROYECTADA**

|       |       |
|-------|-------|
| AÑO 1 | 6,23% |
| AÑO 2 | 5,92% |
| AÑO 3 | 5,70% |
| AÑO 4 | 5,61% |
| AÑO 5 | 5,55% |

Igualmente se tendrá el manejo de la cartera, la cual todos los meses pasara con saldos, debido a que la forma de pago pactada es de 15 días; y el pago a Proveedores variara de acuerdo a la negociación que se efectué los cuales están entre 8 y 30 días.

## **5.2 INVERSIONES**

Las inversiones estarán contempladas en requerimientos de obras físicas, adecuaciones locativas, equipos, diferidos, equipos de oficina y computo

**5.2.1 Inversiones en adecuaciones locativas.** Para la puesta en marcha del proyecto, no se tendrá contemplado la compra de terrenos, edificios, o propiedad raíz, se tiene estimado el arriendo de un local ubicado en el municipio de Roldanillo, con un área total de 300 mts cuadrados al cual es necesario hacerle unas adecuaciones, como es el caso de excavación en tierra para empotrar una pesa digital para tonelada y media de peso y, una pesa para 240 kilos. De igual manera se deberán instalar dos tanques

portátiles para el lavado de la fruta, estos se ubicarán en el fondo de la bodega recostados a la pared donde van las llaves que los abastecerán de agua. En la tabla 29 de Diferidos se hace la relación de los gastos preoperativos.

**TABLA N° 27 INVERSIÓN DIFERIDA**

| CONCEPTO                         | VALOR       | VALOR TOTAL        |
|----------------------------------|-------------|--------------------|
| Registro de Cámara de Comercio   | \$839.000   |                    |
| Matricula Secretaria de Hacienda | \$20.000    |                    |
| Sayco Acimpro                    | \$16.000    |                    |
| Bomberos                         | \$10.000    |                    |
| Licencia sanitaria               | \$100.000   |                    |
| Uso de Suelos                    | \$15.000    |                    |
| GASTOS LEGALES                   |             | <b>\$1.000.000</b> |
| GASTOS PREOPERATIVOS             | \$2.000.000 | <b>\$2.000.000</b> |
| <b>TOTAL</b>                     |             | <b>\$3.000.000</b> |

**PLAN DE INVERSIÓN FIJA Y SU FINANCIACIÓN**

| INVERSIÓN            | APORTES CAPITAL     | CREDITO             | TOTAL               |
|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Maquinaria y Equipos |                     | <b>\$14.950.000</b> |                     |
| Equipo de oficina    |                     | <b>\$3.798.000</b>  |                     |
| Capital de trabajo   | <b>\$60.000.000</b> | <b>\$1.252.000</b>  |                     |
| <b>TOTAL</b>         | <b>\$60.000.000</b> | <b>\$20.000.000</b> | <b>\$80.000.000</b> |

**5.2.2 Inversión en equipo.** El proyecto no tiene contemplado la producción de las frutas, en este caso solo la comercialización de ellas para lo cual no se necesitará inversión en maquinaria, la infraestructura que se requerirá para acopiar y manipular adecuadamente las frutas es simple; sin embargo se requerirá de equipos de oficina y computo, los costos están dados en la tabla 30 (Inversión en Equipo) y en la tabla 31 (Equipos de oficina y computo).

**TABLA N° 26INVERSIÓN EN EQUIPO.**

| <b>INVERSIÓN EN EQUIPO.</b>                   | <b>Cantidad</b> | <b>VALOR<br/>UNITARIO</b> | <b>VALOR</b>        |
|---|-----------------|---------------------------|---------------------|
| Básculas Digitales Para 240 Kg.               | 1               | \$ 900.000                | <b>\$ 900.000</b>   |
| Mesas de Secado y Encerado                    | 1               | \$ 190.000                | <b>\$ 190.000</b>   |
| Mesas de Selección y Clasificación            | 2               | \$ 130.000                | <b>\$ 260.000</b>   |
| Báscula de Empotrar Digital Para 1/2 Tonelada | 1               | \$ 2.500.000              | <b>\$ 2.500.000</b> |
| Tanques para el Lavado                        | 2               | \$ 240.000                | <b>\$ 480.000</b>   |
| Carretilla de Peso para Movilizar Canastillas | 3               | \$ 540.000                | <b>\$ 1.620.000</b> |
| Canastillas Plasticas De 10 a 15 kg.          | 1000            | \$ 4.000                  | <b>\$ 4.000.000</b> |
| Canastillas Plasticas De 18 a 20 kg.          | 1000            | \$ 5.000                  | <b>\$ 5.000.000</b> |
| <b>TOTAL</b>                                  |                 |                           | <b>\$14.950.000</b> |



**TABLA N° 29 INVERSIÓN EN EQUIPO DE OFICINA Y COMPUTO**

| <b>EQUIPO DE OFICINA</b>   | <b>Cantidad</b> | <b>VALOR UNITARIO</b> | <b>VALOR</b>        |
|----------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|
| Computador                 | 1               | \$ 1.500.000          | <b>\$ 1.500.000</b> |
| Impresora Matriz de Punto  | 1               | \$ 700.000            | <b>\$ 700.000</b>   |
| Teléfono Fax               | 1               | \$ 350.000            | <b>\$ 350.000</b>   |
| Teléfono Celular           | 1               | \$ 100.000            | <b>\$ 100.000</b>   |
| Calculadora Eléctrica      | 2               | \$ 60.000             | <b>\$ 120.000</b>   |
| Escritorio Tipo Gerente    | 1               | \$ 350.000            | <b>\$ 350.000</b>   |
| Escritorio Tipo Secretaria | 1               | \$ 300.000            | <b>\$ 300.000</b>   |
| Archivador Vertical        | 1               | \$ 150.000            | <b>\$ 150.000</b>   |
| Sillas Ergonómicas         | 2               | \$ 80.000             | <b>\$ 160.000</b>   |
| Sillas Rimax               | 4               | \$ 17.000             | <b>\$ 68.000</b>    |
| <b>TOTAL</b>               |                 |                       | <b>\$3.798.000</b>  |

### 5.3 COSTOS OPERACIONALES

En el proyecto se contempla como costos de operación, el operario que se relaciona directamente con las actividades de Selección, Clasificación, Lavado, Encerado y Empacado, como ya se mencionó el proyecto está dedicado a la comercialización, lo que se pretende es comprar la fruta a los productores de la región Norte del Valle del Cauca, Seleccionarla, Clasificarla, Lavarla, Encerarla y Empacarla para luego a través de una PRE-Venta distribuirla a las grandes, medianas y pequeñas superficies comerciales de Cartago, Pereira y Dosquebradas.

**5.3.1 Costos de mano de obra:** En el proyecto se calcula como Mano de Obra Directa dentro de los costos de operación un operario que esta relacionado con las siguientes actividades Selección, Clasificación, Lavado, Encerado y Empacado, los costos están dados en la tabla 30

**TABLA N° 30.MANO DE OBRA DIRECTA ( 1 OPERARIO)**

| <b>SALARIO<br/>DEVENGADO</b>                          | <b>SUBSIDIO<br/>TRANSPORTE</b> | <b>SALARIO<br/>BASICO</b> | <b>TOTAL MES<br/>CON AUX.TRA.</b> |
|---|--------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| 381.500   | 44.500                         | 381.500                   | 426.000                           |
|   |                                |                           | X 12 Meses                        |
| <b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA/AÑO</b>                 |                                |                           | <b>5.112.000</b>                  |
| <b>PRESTACIONES SOCIALES MANO DE OBRA DIRECTA AÑO</b> |                                |                           |                                   |
| CESANTIAS   | 426.000                        | 8.33 %                    | 35.486                            |
| INTER. CESANT   | 35.486                         | 1%                        | 355                               |
| VACACIONES  | 381.500                        | 4.17 %                    | 15.909                            |
| PRIMAS  | 426.000                        | 8.33 %                    | 35.486                            |
| PRESTACIONES M.O.D./MES                               |                                |                           | \$87.235                          |
|   |                                |                           | X 12 Meses                        |
| <b>TOTAL PRESTACIONES M.O.D./AÑO</b>                  |                                |                           | <b>1.046.820</b>                  |

**SEGURIDAD SOCIAL MANO DE OBRA DIRECTA**

|  |         |        |                  |
|--|---------|--------|------------------|
| I.S.S.                                   | 426.000 | 13%    | 55.380           |
| RIESGOS PROFES.                          | 426.000 | 0,522% | 2.224            |
| <b>APORTES PARAFISCALES</b>              |         |        |                  |
| C.C.F.                                   | 426.000 | 4%     | 17.040           |
| SENA                                     | 426.000 | 2%     | 8.520            |
| I.C.B.F.                                 | 426.000 | 3%     | 12.780           |
| SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES M.O.D./MES    |         |        | \$68.160         |
|  |         |        | X12 Meses        |
| <b>TOTAL SEGURIDAD SOCIAL M.O.D./AÑO</b> |         |        | <b>\$817.920</b> |

|  |                    |
|--|--------------------|
| <b>TOTAL PRESTACIONES M.O.D./AÑO</b>                     | <b>\$1.046.820</b> |
| <b>TOTAL SEGURIDAD SOCIAL M.O.D./AÑO</b>                 | <b>\$817.920</b>   |
| <b>TOTAL PRESTACIONES Y SEGURIDAD SOCIAL M.O.D. /AÑO</b> | <b>\$1.864.740</b> |

Estos valores se ajustan por inflación para el primer año en 6.23%, para el segundo en 5.92% y así sucesivamente como se muestra en la tabla N° 26 a continuación se muestra el presupuesto de mano de obra proyectada a cinco años. Ver tabla N° 31

**TABLA N° 31 PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA PROYECTADA**

|                       | <b>AÑO 1</b>     | <b>AÑO 2</b>     | <b>AÑO 3</b>     | <b>AÑO 4</b>     | <b>AÑO 5</b>     |
|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| MANO DE OBRA DIRECTA  | 5.430.478        | 5.751.962        | 6.079.824        | 6.420.902        | 6.777.262        |
| PRESTACIONES SOCIALES | \$1.112.037      | 1.177.870        | 1.245.008        | 1.314.853        | 1.387.827        |
| SEGURIDAD SOCIAL      | \$868.876        | 920.314          | 972.772          | 1.027.344        | 1.084.362        |
| <b>TOTAL</b>          | <b>7.411.391</b> | <b>7.850.145</b> | <b>8.297.604</b> | <b>8.763.099</b> | <b>9.249.451</b> |

**5.3.2 Costo de las frutas y costo de los materiales indirectos**

Para este caso los productos directos están representados en las frutas tropicales a comercializar como son: melón, papaya, granadilla y maracuyá. En la tabla se registra la cantidad a comercializar de estos productos. Los materiales indirectos los

representan los elementos necesarios para el lavado, encerado y empaque. El costo para el primer año de inversión está dado en la tabla 34

**TABLA N° 32 PRESUPUESTO DE COMPRA DE FRUTAS**

| <b>FRUTAS</b>     | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>MELON</b>      | 216.000            | 226.800            | 238.140            | 250.047            | 262.549            |
| costo unitario.   | \$797              | \$844              | \$892              | \$942              | \$994              |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>172.092.600</b> | <b>191.460.568</b> | <b>212.446.599</b> | <b>235.554.576</b> | <b>261.047.830</b> |
| <b>PAPAYA</b>     | 192.000            | 201.600            | 211.680            | 222.264            | 233.377            |
| costo unitario.   | \$584              | \$619              | \$654              | \$691              | \$729              |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>112.178.880</b> | <b>124.704.276</b> | <b>138.498.625</b> | <b>153.515.389</b> | <b>170.213.778</b> |
| <b>GRANADILLA</b> | 72.000             | 75.600             | 79.380             | 83.349             | 87.516             |
| costo unitario.   | \$1.487            | \$1.575            | \$1.665            | \$1.758            | \$1.856            |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>107.079.840</b> | <b>119.072.298</b> | <b>132.149.840</b> | <b>146.561.423</b> | <b>162.392.812</b> |
| <b>MARACUYA</b>   | 240.000            | 252.000            | 264.600            | 277.830            | 291.722            |
| costo unitario.   | \$850              | \$844              | \$892              | \$942              | \$994              |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>203.961.600</b> | <b>212.733.965</b> | <b>236.051.777</b> | <b>261.727.307</b> | <b>290.053.145</b> |
| <b>TOTAL</b>      | <b>595.312.920</b> | <b>528.898.810</b> | <b>586.997.001</b> | <b>650.797.271</b> | <b>721.314.753</b> |

**TABLA N° 33 PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS**

| <b>MATERIALES INDIRECTOS</b> | <b>UNIDAD DE MEDIDA</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>COSTO UNITARIO</b> | <b>COSTO TOTAL MES</b> | <b>COSTO TOTAL AÑO 1</b> |
|------------------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|------------------------|--------------------------|
| Papel Blanco                 | Hojas                   | 1.400           | \$ 70                 | \$ 98.000              | \$ 1.176.000             |
| Detergente                   | Kilos                   | 170             | \$ 500                | \$ 85.000              | \$ 1.020.000             |
| Cera                         | Litros                  | 16              | \$ 8.000              | \$ 128.000             | \$ 1.536.000             |
| Elementos de Aseo            |                         |                 |                       | \$ 10.000              | \$ 120.000               |
| <b>TOTAL</b>                 |                         |                 |                       | <b>\$ 321.000</b>      | <b>\$ 3.852.000</b>      |
| <b>AJUSTE INFLAC.</b>        | 6.23%                   |                 |                       |                        | <b>\$ 4.091.980</b>      |

**TABLA N° 34 COSTOS DE SERVICIOS (primer año de operación)**

| SERVICIOS             | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD             | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL MES   | COSTO TOTAL AÑO     |
|-----------------------|------------------|----------------------|----------------|-------------------|---------------------|
| Energía Eléctrica     | KW- Hora         | 283 KW               | \$ 274         | \$ 77.542         | \$ 930.504          |
| Agua Potable          | Mts3             | 132 Mts <sup>3</sup> | \$ 796         | \$ 105.072        | \$ 1.260.864        |
| Teléfono              |                  |                      |                | \$ 167.386        | \$ 2.008.632        |
| <b>TOTAL</b>          |                  |                      |                | <b>\$ 350.000</b> | <b>\$ 4.200.000</b> |
| <b>AJUSTE INFLAC.</b> | 6.23%            |                      |                |                   | <b>\$ 4.461.660</b> |

**5.3.3 Gastos por depreciación.** Para el proyecto los activos que se tendrán en cuenta serán los utilizados en la parte de equipos necesarios para llevar a cabo los procesos de Pesaje, Selección, Lavado. Los equipos de oficina y cómputo y, los de ventas que corresponden a las canastillas plásticas para empacar las frutas. Debido a que la vida útil de las canastillas está estimada en cinco años. Anexo en tabla 34.

**TABLA N° 35 DEPRECIACIÓN**

| ACTIVOS DE PRODUCCIÓN                         | VALOR        | FACTOR DEPRECIACIÓN | TOTAL DEPRECIACIÓN |
|---|--------------|---------------------|--------------------|
| Básculas Digitales Para 240 Kg.               | \$ 900.000   | 0,10                | \$90.000           |
| Mesas de Secado y Encerado                    | \$ 190.000   | 0,10                | \$19.000           |
| Mesas de Selección y Clasificación            | \$ 260.000   | 0,10                | \$26.000           |
| Báscula de Empotrar Digital Para 1/2 Tonelada | \$ 2.500.000 | 0,10                | \$250.000          |
| Tanques para el Lavado                        | \$ 240.000   | 0,10                | \$24.000           |
| Carretilla de Peso para Movilizar Canastillas | \$ 540.000   | 0,10                | \$54.000           |
| <b>SUBTOTAL</b>                               |              |                     | <b>\$463.000</b>   |

| <b>ACTIVOS ADMINISTRACIÓN</b>        | <b>VALOR</b> | <b>FACTOR DEPRECIACIÓN</b> | <b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b> |
|--------------------------------------|--------------|----------------------------|---------------------------|
| Computador                           | \$ 1.500.000 | 0,33                       | \$500.000                 |
| Impresora Matriz de Punto            | \$ 900.000   | 0,33                       | \$300.000                 |
| Telefono Fax                         | \$ 300.000   | 0,33                       | \$100.000                 |
| Telefono Celular                     | \$ 150.000   | 0,33                       | \$50.000                  |
| Calculadora Electrica                | \$ 60.000    | 0,33                       | \$19.998                  |
| Escritorio Tipo Gerente              | \$ 350.000   | 0,10                       | \$35.000                  |
| Escritorio Tipo Secretaria           | \$ 300.000   | 0,10                       | \$30.000                  |
| Archivador Vertical                  | \$ 150.000   | 0,10                       | \$15.000                  |
| Sillas Ergonomicas                   | \$ 80.000    | 0,10                       | \$8.000                   |
| Sillas Rimax                         | \$ 17.000    | 0,10                       | \$1.700                   |
| <b>SUBTOTAL</b>                      |              |                            | <b>\$1.059.698</b>        |
|                                      |              |                            |                           |
| <b>ACTIVOS VENTAS</b>                | <b>VALOR</b> | <b>FACTOR DEPRECIACIÓN</b> | <b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b> |
| Canastillas Plasticas De 10 a 15 kg. | \$ 3.000.000 | 0,50                       | <b>\$1.500.000</b>        |
| Canastillas Plasticas De 18 a 20 kg. | \$ 4.000.000 | 0,50                       | <b>\$2.000.000</b>        |
| Telefono Celular                     | \$ 150.000   | 0,33                       | <b>\$50.000</b>           |
| <b>SUBTOTAL</b>                      |              |                            | <b>\$3.550.000</b>        |
| <b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>          |              |                            | <b>\$5.072.698</b>        |

**5.3.4 Gastos de administración.** El sistema de contrato para el área administrativa será a término indefinido, para la liquidación de las prestaciones se tiene en cuenta lo de ley, al contador se le pagará por asesorías (honorarios). Ver relación tabla 35.

**TABLA N° 36 GASTOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO**

| <b>CARGO</b>                                      | <b>SALARIO<br/>DEVENGADO</b> | <b>SALARIO<br/>BASICO</b> | <b>SUBSIDIO<br/>TRANSPORTE</b> | <b>TOTAL<br/>AÑO</b> |
|---|------------------------------|---------------------------|--------------------------------|----------------------|
| ADMINISTRADOR                                     | 1.500.000                    | 1.500.000                 |                                | 18.000.000           |
| SUPERVISOR - DESPACHADOR                          | 600.000                      | 600.000                   | 44.500                         | 7.734.000            |
| SECRETARIA AUX. CONTABLE                          | 400.000                      | 400.000                   | 44.500                         | 5.334.000            |
| CONTADOR (honorarios)*                            | 200.000                      | 200.000                   |                                | 2.400.000            |
| <b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA/AÑO</b>           |                              |                           |                                | <b>33.468.000</b>    |
| <b>PRESTACIONES SOCIALES NOMINA</b>               |                              |                           |                                |                      |
| CESANTIAS   | 2.589.000                    | 0,0833                    | 215.664                        |                      |
| INTER. CESANT                                     | 215.664                      | 0,01                      | 2.157                          |                      |
| VACACIONES  | 2.500.000                    | 0,0417                    | 104.250                        |                      |
| PRIMAS  | 2.589.000                    | 0,0833                    | 215.664                        |                      |
| PRESTACIONES /MES                                 |                              |                           | \$537.734                      | X 12 Meses           |
| <b>TOTAL PRESTACIONES /AÑO</b>                    |                              |                           |                                | <b>\$6.452.808</b>   |
| <b>SEGURIDAD SOCIAL NOMINA</b>                    |                              |                           |                                |                      |
| PRESTACIONES                                      | 2.589.000                    | 0,13                      | 336.570                        |                      |
| RIESGOS PROFES.                                   | 2.589.000                    | 0,00522                   | 13.515                         |                      |
| <b>APORTES PARAFISCALES</b>                       |                              |                           |                                |                      |
| C.C.F.  | 2.589.000                    | 0,04                      | 103.560                        |                      |
| SENA  | 2.589.000                    | 0,02                      | 51.780                         |                      |
| I.C.B.F.  | 2.589.000                    | 0,03                      | 77.670                         |                      |
| PRESTACIONES M.O.I./MES                           |                              |                           | \$583.095                      | X 12 Meses           |
| <b>TOTAL SEGURIDAD SOCIAL /AÑO</b>                |                              |                           |                                | <b>\$6.997.135</b>   |
| <b>TOTAL PRESTACIONES /AÑO</b>                    |                              |                           |                                | <b>\$6.452.808</b>   |
| <b>TOTAL SEGURIDAD SOCIAL /AÑO</b>                |                              |                           |                                | <b>\$6.997.135</b>   |
| <b>TOTAL PRESTACIONES Y SEGURIDAD SOCIAL /AÑO</b> |                              |                           |                                | <b>\$13.449.943</b>  |

Los datos son ajustados según la inflación esperada.

**TABLA N° 37 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS PROYECTADO**

|                                   | <b>AÑO 1</b>      | <b>AÑO 2</b>      | <b>AÑO 3</b>      | <b>AÑO 4</b>      | <b>AÑO 5</b>      |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Sueldos de Administración         | 35.553.056        | 37.657.797        | 39.804.292        | 42.037.313        | 44.370.383        |
| Prestaciones Sociales             | 6.854.818         | 7.260.624         | 7.674.479         | 8.105.017         | 8.554.846         |
| Seguridad Social                  | 7.433.056         | 7.873.093         | 8.321.860         | 8.788.716         | 9.276.490         |
| <b>SUBTOTAL</b>                   | <b>49.840.931</b> | <b>52.791.514</b> | <b>55.800.631</b> | <b>58.931.046</b> | <b>62.201.719</b> |
| Depreciación de Equipo de Oficina | 1.059.698         | 1.059.698         | 1.059.698         | 1.059.698         | 1.059.698         |
| Depreciación Activos Ventas       | 3.550.000         | 3.550.000         | 3.550.000         | 3.550.000         | 3.550.000         |
| Propaganda y Otros Gastos         | 1.274.760         | 1.350.226         | 1.427.189         | 1.507.254         | 1.590.907         |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>55.725.389</b> | <b>58.751.438</b> | <b>61.837.517</b> | <b>65.047.998</b> | <b>68.402.324</b> |

**9.4.4 Gastos de ventas.** En la tabla están representados los gastos de distribución ocasionados por el transporte a Cartago de 4.000 kilos de fruta por valor de \$50 kilogramo, Pereira y Dosquebradas 56.000 kilos de fruta por valor de \$60 kilogramo. Los gastos de promoción lo constituyen las visitas a los diferentes clientes en las ciudades a comercializar, entrega de muestras y demás gastos. La depreciación corresponde a las canastillas.

Los gastos de transporte se incrementan, debido a la inflación esperada.

**TABLA No, 38 PRESUPUESTO DE UNIDADES A COMERCIALIZAR (Kilos)**

| <b>PRESUPUESTOS DE UNIDADES</b>       | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| UNIDADES POR VENDER <b>MELON</b>      | 216.000      | 226.800      | 238.140      | 250.047      | 262.549      |
| UNIDADES POR VENDER <b>PAPAYA</b>     | 192.000      | 201.600      | 211.680      | 222.264      | 233.377      |
| UNIDADES POR VENDER <b>GRANADILLA</b> | 72.000       | 75.600       | 79.380       | 83.349       | 87.516       |
| UNIDADES POR VENDER <b>MARACUYA</b>   | 240.000      | 252.000      | 264.600      | 277.830      | 291.722      |



TABLA N° 38 PRESUPUESTO DE COMPRA DE FRUTAS (VALOR)

|                   | AÑO 1              | AÑO 2              | AÑO 3              | AÑO 4              | AÑO 5              |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>MELON</b>      | 216.000            | 226.800            | 238.140            | 250.047            | 262.549            |
| COSTO             |                    |                    |                    |                    |                    |
| UNITARIO.         | \$797              | \$844              | \$892              | \$942              | \$994              |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>172.092.600</b> | <b>191.460.568</b> | <b>212.446.599</b> | <b>235.554.576</b> | <b>261.047.830</b> |
| <b>PAPAYA</b>     | 192.000            | 201.600            | 211.680            | 222.264            | 233.377            |
| COSTO             |                    |                    |                    |                    |                    |
| UNITARIO.         | \$584              | \$619              | \$654              | \$691              | \$729              |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>112.178.880</b> | <b>124.704.276</b> | <b>138.498.625</b> | <b>153.515.389</b> | <b>170.213.778</b> |
| <b>GRANADILLA</b> | 72.000             | 75.600             | 79.380             | 83.349             | 87.516             |
| COSTO             |                    |                    |                    |                    |                    |
| UNITARIO.         | \$1.487            | \$1.575            | \$1.665            | \$1.758            | \$1.856            |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>107.079.840</b> | <b>119.072.298</b> | <b>132.149.840</b> | <b>146.561.423</b> | <b>162.392.812</b> |
| <b>MARACUYA</b>   | 240.000            | 252.000            | 264.600            | 277.830            | 291.722            |
| COSTO             |                    |                    |                    |                    |                    |
| UNITARIO.         | \$850              | \$844              | \$892              | \$942              | \$994              |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>203.961.600</b> | <b>212.733.965</b> | <b>236.051.777</b> | <b>261.727.307</b> | <b>290.053.145</b> |
| <b>TOTAL</b>      | <b>595.312.920</b> | <b>647.971.108</b> | <b>719.146.841</b> | <b>797.358.695</b> | <b>883.707.564</b> |

**PROYECCIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS****TABLA N° 39 PRESUPUESTO COSTOS OPERACIONALES**

| <b>COSTOS DE VENTAS</b>                       | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>         |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| <b>COSTOS DIRECTOS</b>                        |                    |                    |                    |                    |                      |
| COMPRA DE FRUTAS                              | 595.312.920        | 647.971.108        | 719.146.841        | 797.358.695        | 883.707.564          |
| MANO DE OBRA DIRECTA                          | 7.411.391          | 7.850.145          | 8.297.604          | 8.763.099          | 9.249.451            |
| MATERIALES INDIRECTOS (Papel, Cera, Aseo,Etc) | 4.091.980          | 4.334.225          | 4.581.276          | 4.838.286          | 5.106.810            |
| DEPRECIACIÓN ACTIVOS PRODUCCIÓN               | 463.000            | 463.000            | 463.000            | 463.000            | 463.000              |
| <b>SUBTOTAL</b>                               | <b>607.279.291</b> | <b>660.618.478</b> | <b>732.488.721</b> | <b>811.423.080</b> | <b>898.526.826</b>   |
| <b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>               |                    |                    |                    |                    |                      |
| MANO DE OBRA INDIRECTA                        | 49.840.931         | 52.791.514         | 55.800.631         | 58.931.046         | 62.201.719           |
| ARRENDAMIENTO                                 | 7.200.000          | 7.626.240          | 8.060.936          | 8.513.154          | 8.985.634            |
| SERVICIOS PÚBLICOS                            | 4.461.660          | 4.725.790          | 4.995.160          | 5.275.389          | 5.568.173            |
| DEPRECIACIÓN ACTIVOS ADMÓN                    | 1.059.698          | 1.059.698          | 1.059.698          | 1.059.698          | 1.059.698            |
| GASTOS LEGALES Y GASTOS PREOPERATIVOS         | 600.000            | 600.000            | 600.000            | 600.000            | 600.000              |
| <b>SUBTOTAL</b>                               | <b>63.162.289</b>  | <b>66.803.243</b>  | <b>70.516.425</b>  | <b>74.379.287</b>  | <b>78.415.224</b>    |
| <b>GASTOS DE VENTAS</b>                       |                    |                    |                    |                    |                      |
| TRANSPORTE A BODEGA                           | 45.381.456         | 48.068.038         | 50.807.916         | 53.658.240         | 56.636.273           |
| DEPRECIACIÓN ACTIVOS VENTAS                   | 3.550.000          | 3.550.000          | 3.550.000          | 3.550.000          | 3.550.000            |
| PROPAGANDA Y OTROS GASTOS                     | 1.274.760          | 1.350.226          | 1.427.189          | 1.507.254          | 1.590.907            |
| <b>SUBTOTAL</b>                               | <b>50.206.216</b>  | <b>52.968.264</b>  | <b>55.785.105</b>  | <b>58.715.494</b>  | <b>61.777.179</b>    |
| <b>TOTAL COSTOS OPERACIONALES</b>             | <b>720.647.796</b> | <b>780.389.985</b> | <b>858.790.250</b> | <b>944.517.861</b> | <b>1.038.719.230</b> |

**TABLA N°40 PRESUPUESTO DE VENTAS DE FRUTAS (VALOR)**

|                   | AÑO 1              | AÑO 2              | AÑO 3                | AÑO 4                | AÑO 5                |
|-------------------|--------------------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>MELON</b>      | 216.000            | 226.800            | 238.140              | 250.047              | 262.549              |
| COSTO UNITARIO.   | \$1.116            | \$1.182            | \$1.249              | \$1.320              | \$1.393              |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>241.056.000</b> | <b>268.092.841</b> | <b>297.542.840</b>   | <b>329.946.742</b>   | <b>365.671.726</b>   |
| <b>PAPAYA</b>     | 192.000            | 201.600            | 211.680              | 222.264              | 233.377              |
| COSTO UNITARIO.   | \$818              | \$866              | \$916                | \$967                | \$1.021              |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>157.056.000</b> | <b>174.671.401</b> | <b>193.859.054</b>   | <b>214.971.275</b>   | <b>238.247.289</b>   |
| <b>GRANADILLA</b> | 72.000             | 75.600             | 79.380               | 83.349               | 87.516               |
| COSTO UNITARIO.   | \$2.082            | \$2.205            | \$2.331              | \$2.462              | \$2.598              |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>149.904.000</b> | <b>166.717.233</b> | <b>185.031.121</b>   | <b>205.181.935</b>   | <b>227.398.009</b>   |
| <b>MARACUYA</b>   | 240.000            | 252.000            | 264.600              | 277.830              | 291.722              |
| COSTO UNITARIO.   | \$1.190            | \$1.260            | \$1.332              | \$1.407              | \$1.485              |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>285.600.000</b> | <b>317.632.896</b> | <b>352.524.870</b>   | <b>390.916.591</b>   | <b>433.243.084</b>   |
| <b>TOTAL</b>      | <b>833.616.000</b> | <b>927.114.371</b> | <b>1.028.957.884</b> | <b>1.141.016.543</b> | <b>1.264.560.109</b> |

**TABLA N°41 ESTADO DE RESULTADOS – PROYECTADO**

|                                    | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>         | <b>AÑO 5</b>         |
|------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| VENTAS BRUTAS                      | 833.616.000        | 927.114.371        | 1.028.957.884      | 1.141.016.543        | 1.264.560.109        |
| MENOS DESCUENTOS                   | 41.680.800         | 46.355.719         | 51.447.894         | 57.050.827           | 63.228.005           |
| <b>VENTAS NETAS</b>                | <b>791.935.200</b> | <b>880.758.652</b> | <b>977.509.990</b> | <b>1.083.965.715</b> | <b>1.201.332.103</b> |
| COSTO DE VENTAS                    | 607.279.291        | 660.618.478        | 732.488.721        | 811.423.080          | 898.526.826          |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>              | <b>184.655.909</b> | <b>220.140.174</b> | <b>245.021.269</b> | <b>272.542.636</b>   | <b>302.805.277</b>   |
| SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN          | 49.840.931         | 52.791.514         | 55.800.631         | 58.931.046           | 62.201.719           |
| PRESTACIONES SOCIALES Y SEGURIDAD  | 7.200.000          | 7.626.240          | 8.060.936          | 8.513.154            | 8.985.634            |
| SERVICIOS PUBLICOS                 | 4.461.660          | 4.725.790          | 4.995.160          | 5.275.389            | 5.568.173            |
| DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA  | 1.016.400          | 1.016.400          | 1.016.400          | 1.016.400            | 1.016.400            |
| GASTOS LEGALES Y PREOPERATIVOS     | 600.000            | 600.000            | 600.000            | 600.000              | 600.000              |
| <b>GASTOS DE ADMÓN Y VENTAS</b>    | <b>63.118.991</b>  | <b>66.759.945</b>  | <b>70.473.127</b>  | <b>74.335.989</b>    | <b>78.371.926</b>    |
| TRANSPORTE A BODEGA                | 45.381.456         | 48.068.038         | 50.807.916         | 53.658.240           | 56.636.273           |
| DEPRECIACIÓN ACTIVOS VENTAS        | 3.550.000          | 3.550.000          | 3.550.000          | 3.550.000            | 3.550.000            |
| PROPAGANDA Y OTROS GASTOS          | 1.274.760          | 1.350.226          | 1.427.189          | 1.507.254            | 1.590.907            |
| <b>GASTOS DE VENTAS</b>            | <b>50.206.216</b>  | <b>52.968.264</b>  | <b>55.785.105</b>  | <b>58.715.494</b>    | <b>61.777.179</b>    |
| <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>        | <b>71.330.702</b>  | <b>100.411.965</b> | <b>118.763.038</b> | <b>139.491.152</b>   | <b>162.656.172</b>   |
| MAS : OTROS INGRESOS               | <b>0</b>           | <b>0</b>           | <b>0</b>           | <b>0</b>             | <b>0</b>             |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b> | <b>71.330.702</b>  | <b>100.411.965</b> | <b>118.763.038</b> | <b>139.491.152</b>   | <b>162.656.172</b>   |
| MENOS PROVIS. IMPUESTO DE RENTAS   | (27.462.320)       | (38.658.606)       | (45.723.769)       | (53.704.094)         | (62.622.626)         |
| <b>UTILIDAD NETA</b>               | <b>43.868.382</b>  | <b>61.753.358</b>  | <b>73.039.268</b>  | <b>85.787.059</b>    | <b>100.033.546</b>   |

**TABLA N° 42 BALANCE GENERAL - ACTIVOS - PROYECTADO**

|                                | <b>AÑO 0</b>         | <b>AÑO 1</b>          | <b>AÑO 2</b>          | <b>AÑO 3</b>          | <b>AÑO 4</b>          | <b>AÑO 5</b>          |
|--------------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>ACTIVOS CORRIENTES</b>      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |
| BANCOS                         | \$58.252.000         | 160.009.304           | 242.429.348           | 328.222.206           | 384.552.329           | 438.877.927           |
| CAJA                           |                      | 1.000.000             | 1.000.000             | 1.000.000             | 1.000.000             | 1.000.000             |
| INVENTARIOS                    |                      | 0                     | 0                     | 0                     | 0                     | 0                     |
| CUENTAS POR COBRAR             | 0                    | 32.997.300            | 36.698.277            | 40.729.583            | 45.165.238            | 50.055.504            |
| <b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>  | <b>58.252.000</b>    | <b>194.006.604</b>    | <b>280.127.625</b>    | <b>369.951.789</b>    | <b>430.717.567</b>    | <b>489.933.431</b>    |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>           |                      |                       |                       |                       |                       |                       |
| EQUIPO DE OFICINA              | \$14.950.000         | \$14.950.000          | \$14.950.000          | \$14.950.000          | \$14.950.000          | \$14.950.000          |
| (DEPRECIACIÓN ACUMULADA)       |                      | -4.013.000            | -4.013.000            | -4.013.000            | -4.013.000            | -4.013.000            |
| EQUIPO DE OFICINA              | \$3.798.000          | \$3.798.000           | \$3.798.000           | \$3.798.000           | \$3.798.000           | \$3.798.000           |
| (DEPRECIACIÓN ACUMULADA)       |                      | -1.059.698            | -1.059.698            | -1.059.698            | -1.059.698            | -1.059.698            |
| <b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>       | <b>\$ 18.748.000</b> | <b>\$13.675.302</b>   | <b>\$13.675.302</b>   | <b>\$13.675.302</b>   | <b>\$13.675.302</b>   | <b>\$13.675.302</b>   |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>       |                      |                       |                       |                       |                       |                       |
| INVERSIÓN PREOPERATIVOS        | \$3.000.000          | \$2.400.000           | \$1.800.000           | \$1.200.000           | \$600.000             | \$0                   |
| <b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b> | <b>\$ 3.000.000</b>  | <b>\$2.400.000</b>    | <b>\$1.800.000</b>    | <b>\$1.200.000</b>    | <b>\$600.000</b>      | <b>\$0</b>            |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>           | <b>\$ 80.000.000</b> | <b>\$ 210.081.906</b> | <b>\$ 295.602.927</b> | <b>\$ 384.827.091</b> | <b>\$ 444.992.869</b> | <b>\$ 503.608.733</b> |

**TABLA N° 43 BALANCE GENERAL - PASIVOS - PROYECTADO**

|                                  | <b>AÑO 0</b>         | <b>AÑO 1</b>         | <b>AÑO 2</b>         | <b>AÑO 3</b>         | <b>AÑO 4</b>         | <b>AÑO 5</b>         |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>PASIVOS CORRIENTES</b>        |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
| PROVEEDORES                      |                      | 0                    | 0                    | 0                    | 0                    | 0                    |
| CUENTAS POR PAGAR                |                      | 14.882.823           | 16.199.278           | 17.978.671           | 19.933.967           | 22.092.689           |
| OBLIGACIONES BANCARIAS           |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
| IMPUESTOS POR PAGAR              |                      | 71.330.702           | 100.411.965          | 118.763.038          | 139.491.152          | 162.656.172          |
| <b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>    |                      | <b>\$86.213.525</b>  | <b>\$116.611.243</b> | <b>\$136.741.709</b> | <b>\$159.425.119</b> | <b>\$184.748.861</b> |
| OBLIGACIONES A LARGO PLAZO       | \$ 20.000.000        | 20.000.000           | 13.369.944           | 9.424.374            | 4.988.064            | 0                    |
| CESANTIAS CONSOLIDADAS           |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
| <b>TOTAL PASIVO</b>              | <b>\$ 20.000.000</b> | <b>\$106.213.525</b> | <b>\$129.981.187</b> | <b>\$146.166.083</b> | <b>\$164.413.183</b> | <b>\$184.748.861</b> |
|                                  |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
| CAPITAL PAGADO                   | 60.000.000           | 60.000.000           | 60.000.000           | 60.000.000           | 60.000.000           | 60.000.000           |
| SUPERAVIT DE CAPITAL             |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
| UTILIDADES RETENIDAS             |                      |                      | 43.868.382           | 105.621.740          | 134.792.627          | 158.826.327          |
| UTILIDADES DEL EJERCICIO         |                      | 43.868.382           | 61.753.358           | 73.039.268           | 85.787.059           | 100.033.546          |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | <b>60.000.000</b>    | <b>\$103.868.382</b> | <b>\$165.621.740</b> | <b>\$238.661.008</b> | <b>\$280.579.685</b> | <b>\$318.859.872</b> |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b> | <b>\$ 80.000.000</b> | <b>\$210.081.906</b> | <b>\$295.602.927</b> | <b>\$384.827.091</b> | <b>\$444.992.869</b> | <b>\$503.608.733</b> |

| TABLA N°42 PLAN DE AMORTIZACIÓN DEL CREDITO DE LARGO PLAZO |              |         |         |              |
|--|--------------|---------|---------|--------------|
| n  | Saldo        | Cuota   | Interes | Amortización |
| 0  | \$20.000.000 |         |         |              |
| 1  | 19.753.667   | 442.673 | 196.340 | 246.333      |
| 2  | 19.504.916   | 442.673 | 193.922 | 248.751      |
| 3  | 19.253.723   | 442.673 | 191.480 | 251.193      |
| 4  | 19.000.063   | 442.673 | 189.014 | 253.659      |
| 5  | 18.743.914   | 442.673 | 186.524 | 256.149      |
| 6  | 18.485.250   | 442.673 | 184.009 | 258.664      |
| 7  | 18.224.047   | 442.673 | 181.470 | 261.203      |
| 8  | 17.960.279   | 442.673 | 178.905 | 263.768      |
| 9  | 17.693.922   | 442.673 | 176.316 | 266.357      |
| 10   | 17.424.951   | 442.673 | 173.701 | 268.972      |
| 11   | 17.153.338   | 442.673 | 171.061 | 271.612      |
| 12   | 16.879.060   | 442.673 | 168.394 | 274.279      |
| 13   | 16.602.088   | 442.673 | 165.702 | 276.971      |
| 14   | 16.322.398   | 442.673 | 162.983 | 279.690      |
| 15   | 16.039.962   | 442.673 | 160.237 | 282.436      |
| 16   | 15.754.753   | 442.673 | 157.464 | 285.209      |
| 17   | 15.466.745   | 442.673 | 154.664 | 288.009      |
| 18   | 15.175.909   | 442.673 | 151.837 | 290.836      |
| 19   | 14.882.218   | 442.673 | 148.982 | 293.691      |
| 20   | 14.585.643   | 442.673 | 146.099 | 296.574      |
| 21   | 14.286.158   | 442.673 | 143.187 | 299.486      |
| 22   | 13.983.732   | 442.673 | 140.247 | 302.426      |
| 23   | 13.678.337   | 442.673 | 137.278 | 305.395      |
| 24   | 13.369.944   | 442.673 | 134.280 | 308.393      |
| 25   | 13.058.524   | 442.673 | 131.253 | 311.420      |
| 26   | 12.744.047   | 442.673 | 128.196 | 314.477      |
| 27   | 12.426.482   | 442.673 | 125.108 | 317.565      |
| 28   | 12.105.800   | 442.673 | 121.991 | 320.682      |
| 29   | 11.781.969   | 442.673 | 118.843 | 323.830      |
| 30   | 11.454.960   | 442.673 | 115.664 | 327.009      |

|    |            |         |         |         |
|----|------------|---------|---------|---------|
| 31 | 11.124.740 | 442.673 | 112.453 | 330.220 |
| 32 | 10.791.279 | 442.673 | 109.212 | 333.461 |
| 33 | 10.454.544 | 442.673 | 105.938 | 336.735 |
| 34 | 10.114.503 | 442.673 | 102.632 | 340.041 |
| 35 | 9.771.124  | 442.673 | 99.294  | 343.379 |
| 36 | 9.424.374  | 442.673 | 95.923  | 346.750 |
| 37 | 9.074.220  | 442.673 | 92.519  | 350.154 |
| 38 | 8.720.629  | 442.673 | 89.082  | 353.591 |
| 39 | 8.363.567  | 442.673 | 85.610  | 357.063 |
| 40 | 8.002.999  | 442.673 | 82.105  | 360.568 |
| 41 | 7.638.891  | 442.673 | 78.565  | 364.108 |
| 42 | 7.271.209  | 442.673 | 74.991  | 367.682 |
| 43 | 6.899.918  | 442.673 | 71.381  | 371.292 |
| 44 | 6.524.981  | 442.673 | 67.736  | 374.937 |
| 45 | 6.146.364  | 442.673 | 64.056  | 378.617 |
| 46 | 5.764.030  | 442.673 | 60.339  | 382.334 |
| 47 | 5.377.942  | 442.673 | 56.585  | 386.088 |
| 48 | 4.988.064  | 442.673 | 52.795  | 389.878 |
| 49 | 4.594.359  | 442.673 | 48.968  | 393.705 |
| 50 | 4.196.789  | 442.673 | 45.103  | 397.570 |
| 51 | 3.795.316  | 442.673 | 41.200  | 401.473 |
| 52 | 3.389.902  | 442.673 | 37.259  | 405.414 |
| 53 | 2.980.507  | 442.673 | 33.279  | 409.394 |
| 54 | 2.567.094  | 442.673 | 29.260  | 413.413 |
| 55 | 2.149.622  | 442.673 | 25.201  | 417.472 |
| 56 | 1.728.052  | 442.673 | 21.103  | 421.570 |
| 57 | 1.302.343  | 442.673 | 16.964  | 425.709 |
| 58 | 872.455    | 442.673 | 12.785  | 429.888 |
| 59 | 438.347    | 442.673 | 8.565   | 434.108 |
| 60 | 0          | 442.673 | 4.316   | 438.357 |



## 5.4 EL PUNTO DE EQUILIBRIO

El proyecto pretende comercializar inicialmente cuatro frutas a saber:

- Melón
- Papaya
- Granadilla
- Maracuya

Se realiza el punto de equilibrio para cada uno de los productos y para el proyecto como tal.

Las ventas se esperan incrementar en un 5% cada año, como aparece en la tabla No. , teniendo como base que la comercializadora inicialmente cubriría Cartago, Pereira, Dosquebradas y posteriormente mercados de Manizales y Armenia, tomando en cuenta la oferta de dichos productos en el mercado.

Además, debido a las fluctuaciones en el mercado se prepararon 2 escenarios posibles y se calcularon precios máximos y mínimos para estimar el valor de las ventas, ya que generalmente es difícil obtener precios promedio, por la escasez de información o por su misma inestabilidad. Además se calcularon con un margen del 35%, sobre el precio de compra según información de otros comercializadores.

## BIBLIOGRAFIA

NORMA TECNICA COLOMBIANA, NTC 1486. Quinta actualización. Bogota D.C ICONTEC. 2004

CORAL DELGADO, Lucy Del Carmen. GUDIÑO DAVILA, Emma Lucia. Contabilidad Universitaria. McGraw Hill. Santa Fe de Bogota. Tercera Edición, 2000. Pág. 225 – 259.

ROSILLO C, José S. Matemática financiera, UNAD 2002. Primera Edición. Pág. 79, 126 – 130.

CIFUENTES, Álvaro. CIFUENTES, Rosa Maria. SABOGAL SABOGAL, Narciso. Investigación de Mercados. Editorial, UNAD. Pág. 545.

GARZON CASTRILLON, Manuel Alfonso. Planeacion Estratégica. Primera Impresión. Editorial 2000, UNAD, Pág. 189 – 213.

LARA ALARCON, Hernando. Costos y Presupuestos. Pág. 333.

ROSILLO C, Jorge S. Fundamentos De Finanzas. Editorial UNAD. Primera Edición, 2003. Pág. 19 – 51, 87 – 103.

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. Formulación y Evaluación De Proyectos. Editorial UNAD, 2002. Cuarta Impresión.

ARBOLEDA VELES, Germán. Proyectos Formulación, Evaluación y Control. AC Editores. Pág. 45 – 91, 117 – 128, 131 – 143, 257 – 261.

# ANEXOS

**ANEXOS**

**ESCRITURA PUBLICA NUMERO DOS MIL QUINIENTOS CUARENTA Y OCHO 2548 -----**  
**-----**

**FECHA. TREINTA (30) DE MAYO DEL DOS MIL DOS (2002)**

**ACTO. CONSTITUCION SOCIEDAD LIMITADA**

**ARTICULO PRIMERO: RAZÓN SOCIAL.** La sociedad se denomina “OCCIFRUTAS LTDA.” **ARTICULO SEGUNDO: DOMICILIO.** El domicilio de la sociedad se fija en la carrera 2ª 7-21 en la ciudad de **ROLDANILLO**, departamento del **VALLE DEL CAUCA**, de la Republica de Colombia. Sin embargo la sociedad puede establecer sucursales o agencias en otras ciudades del país como en el exterior. **ARTICULO**

**TERCERO: OBJETO SOCIAL.** La compañía tiene por objeto social: **OCCIFRUTAS LTDA**, se crea como una compañía dedicada a la comercialización de frutas, ampliando la gama de productos agrícolas según las necesidades del mercado, con el fin de satisfacerlas. Se pretende obtener el máximo beneficio tanto para los propietarios como a la comunidad en general dentro del mejor tratamiento racional a todos nuestros productos. En desarrollo y cumplimiento de tal objeto puede hacer en su propio nombre o por cuenta de terceros o en participación con ellos toda clase de operaciones comerciales sobre bienes muebles o inmuebles, constituir cualquier clase de gravamen, celebrar contratos con personas naturales o jurídicas; efectuar operaciones de préstamo, cambio, descuento, cuentas corrientes, dar o recibir garantías, girar, endosar, adquirir y negociar títulos valores. **ARTICULO CUARTO: DURACIÓN.** La duración de la sociedad se fija en (10) años, contados desde la fecha de elevación a escritura pública del presente contrato de constitución. La junta de Socios puede, mediante reforma, prolongar dicho término o disolver extraordinariamente la sociedad, antes de que dicho término expire. **ARTICULO QUINTO: CAPITAL.** El capital de la sociedad es la suma de **TREINTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$30.000.000)**. **ARTICULO SEXTO: CUOTAS.** El capital social se divide en. **SEIS (6)**, Cuotas de valor nominal de **CINCO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$5.000.000)** cada una; capital y cuotas que se encuentran pagado en su totalidad, de la siguiente forma: El socio **MARTHA CECILIA ACEVEDO** Suscribe **DOS (2)** cuotas y paga en dinero efectivo el valor de **DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE. (\$10.000.000.)**, El socio **DIANA LIZETH URIBE** Suscribe **DOS (2)** cuotas y paga en dinero efectivo el valor de **DIEZ MILLONES PESOS M/CTE (\$10.000.000.)**. El socio **DIEGO DE JESÚS ROMÁN** Suscribe **DOS (2)** cuotas y paga en dinero efectivo el valor de **DIEZ MILLONES DE PESOS (\$10.000.000)**, para un total de **SEIS (6)** cuotas, por valor de **TREINTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$30.000.000.)**, moneda legal; así pues los aportes han sido pagados íntegramente a la sociedad. **ARTICULO SÉPTIMO: RESPONSABILIDAD.** La responsabilidad de cada uno de los socios se limita al monte de sus aportes. **ARTICULO OCTAVO: AUMENTO DEL CAPITAL.** El capital de la sociedad puede ser aumentado por nuevos aportes de los socios

por la acumulación que se hiciere de Partidas no inferiores de **QUINIENTOS MIL PESOS (\$500.000)**, moneda legal, todas tomadas de utilidades por determinación de común acuerdo de los socios. El aumento se hará mediante la correspondiente reforma estatutaria. **ARTÍCULO NOVENO: CESIÓN DE CUOTAS:** Las cuotas correspondientes al interés social de cada uno de los socios no están representadas por títulos ni son negociables por el mercado, pero si podrán cederse. La cesión implicara una reforma estatutaria y la correspondiente escritura será otorgada por el representante legal, el cedente y el cesionario. **ARTICULO DÉCIMO: ADMINISTRACIÓN.** La administración de la sociedad corresponde por derecho a los socios, pero estos convienen en delegarla en un gerente, con facultades para representar la sociedad. **ARTICULO DÉCIMO PRIMERO: REUNIONES.** La Junta de Socios se reunirá ordinariamente una vez por año, el primer día hábil del mes de MARZO a las 8:30 de la mañana, en las oficinas del domicilio de la compañía. Si no fuere convocada o si habiendo sido ésta no se reune, lo hará por derecho propio el primer día hábil del mes de ABRIL a las 8:30 de la mañana, en las oficinas del domicilio donde funcione la administración de la sociedad. La convocatoria se hará cuando menos con quince días hábiles de anticipación. Podrá también reunirse la Junta de Socios de manera extraordinaria en cualquier tiempo previa convocatoria del gerente, mediante carta dirigida a la dirección registrada de cada socio, con antelación de cinco días a la fecha de reunión; o con la asistencia de todos los socios, caso en el cual no requerirá convocatoria previa. **ARTICULO DECIMO SEGUNDO: VOTOS.** En todas las reuniones de la Junta de Socios, cada socio tendrá tantos votos como cuotas tenga en la compañía. Las decisiones se tomarán por un número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halle dividido el capital de la sociedad. Salvo que de acuerdo con estos Estatutos se requiera unanimidad. **ARTICULO DECIMOTERCERO: GERENCIA.** La sociedad tendrá un gerente y un subgerente que lo reemplazará en sus faltas absolutas o temporales. Ambos son nombrados por la Junta de Socios para un período de (2) años, pero podrán ser reelegidos indefinidamente y removidos a voluntad de la Junta de Socios en cualquier tiempo. Le corresponde al Gerente en forma especial la

administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social con las limitaciones contempladas en estos Estatutos. En particular tendrá las siguientes funciones: 1- Representar a la sociedad judicial y extrajudicialmente; 2- Convocar a la junta de Socios cada vez que fuere necesario; 3- Ejecutar las órdenes e instrucciones que le imparta la junta de Socios; 4- Presentar las cuentas y balances a la Junta de Socios; 5- Abrir y manejar cuentas bancarias ; 6- Obtener los créditos que requiera la sociedad, previa aprobación de la Junta de Socios; 7- contratar, controlar y remover los empleados de la sociedad; 8- Celebrar todos los actos o contratos comprendidos dentro del objeto social y relacionados con el mismo. Presentar un informe de las actuaciones y operaciones del período a la Junta de Socios. **ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO: INVENTARIOS Y BALANCES.** Mensualmente se efectuará un balance de prueba de la sociedad. Cada año, al 31 de diciembre se realizará un Balance General y un Estado de Resultados de los cuales se informará a la Junta de Socios. **ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO: RESERVA LEGAL.** Aprobado el balance y demás documentos de cuentas de las utilidades líquidas que resulten, se destinará 10% de reserva legal, el cual ascenderá por lo menos al 50 % del capital, después de la cual la sociedad no tendrá obligación de continuar Llevándolo, pero si tal porcentaje se disminuye, volverá apropiarse en la misma cantidad hasta cuando la reserva llegue nuevamente a un límite fijado. **PARÁGRAFO PRIMERO:** Además de la anterior reserva la Junta de socios podrá hacer las que considere necesarias o convenientes, siempre y cuando tengan una destinación especial y se aprueben con la mayoría prevista en estos Estatutos.

**PARÁGRAFO SEGUNDO:** Una vez deducidas las anteriores reservas, el saldo restante de las utilidades Liquidadas se distribuirán entre los socios a prorrata de sus respectivos aportes. **ARTICULO DÉCIMO SEXTO: DISOLUCIÓN:** La sociedad se disolverá por: 1- La expiración del plazo señalado para su duración; 2- La pérdida de un 50% por ciento del capital aportado; 3- Por acuerdo unánime de los socios; 4- Cuando el número de socios supere los 25; 5- Por las demás causales señaladas en la ley. **ARTICULO DÉCIMO SÉPTIMO:**



**LIQUIDACIÓN:** Disuelta la sociedad se procederá a su liquidación por el Gerente, salvo que la Junta de Socios resuelva designar uno o más liquidadores con sus respectivos suplentes, cuyos nombramientos deberá registrarse en la Cámara de Comercio del domicilio social. **PARÁGRAFO PRIMERO** La existencia de la sociedad se entenderá prolongada para los fines de la liquidación por el tiempo que dure ésta. **PARÁGRAFO SEGUNDO:** El liquidador podrá distribuir en especie los bienes que sean susceptibles de ello; de acuerdo con el avalúo actualizado en la fecha de la liquidación, a menos que de común acuerdo los socios soliciten, para la liquidación, se realicen todos los activos. **ARTICULO DÉCIMO OCTAVO: DISPOSICIONES VARIAS** 1- Las reformas estatutarias serán elevadas a escritura pública por el Gerente y se registrarán en la Cámara de Comercio correspondiente; 2- En caso de muerte de los socios, la sociedad continuará con uno o más de los herederos del socio difunto, quienes nombrarán una sola persona que los represente; 3- Las diferencias que ocurran entre los socios con ocasión del presente contrato, durante la liquidación o disolución de la sociedad, serán sometidas a la decisión de un Tribunal de Arbitramento. **ARTICULO DÉCIMO NOVENO: NOMBRAMIENTOS** Acuerdan los socios nombrar como Gerente a **MARTHA CECILIA ACEVEDO** persona mayor y vecina de **ROLDANILLO VALLE**, identificado con la cédula de ciudadanía número **66.701.922**, expedida en **ROLDANILLO VALLE**. La anterior persona ejercerá sus funciones hasta tanto no se registren nuevos nombramientos en la Cámara de Comercio correspondiente al domicilio social. -----  
-----

En constancia aprueban y firman en Roldanillo a los 30 días del mes de Mayo del año dos mil dos (2002).

---

**MARTHA CECILIA ACEVEDO**

---

**DIANA LIZETH URIBE**

cc. 66.701.922 de Roldanillo.

cc. 24.695.038 de Dosquebradas

---

**DIEGO DE JESÚS ROMÁN**

cc. 16.546.926 de Roldanillo.

**ANEXO N° 2 Total superficies comerciales encuestadas**

| <b>NOMBRE SUPERMERCADO</b>   | <b>NOMBRE ADMINISTRADOR</b> | <b>CIUDAD O PUEBLO</b> |
|------------------------------|-----------------------------|------------------------|
| OLIMPICA PEREIRA             | MARTHA LOPEZ                | PEREIRA                |
| OLIMPICA DOSQUEBRADAS        | MARTHA LOPEZ                | DOSQUEBRADAS           |
| LA 14                        | MARGARITA VALENCIA          | PEREIRA                |
| LEY PLAZA                    | JAMES GOMEZ GOMEZ           | PEREIRA                |
| LEY CIRCUNVALAR              | JOSE RAMIREZ                | PEREIRA                |
| SUPERMERCADO MAXI<br>TIENDAS |                             | PEREIRA                |
| LEY DOSQUEBRADAS             | JOSE RAMIREZ                | DOSQUEBRADAS           |

|   |                     |              |
|---|---------------------|--------------|
| LEY DE LA 22                                |                     | PEREIRA      |
| LEY DE LA 8                                 |                     | PEREIRA      |
| SUPERMERCADO LA 29                          | JULIO CESAR BUSTOS  | PEREIRA      |
| CENTRALES COLOMBIA                          | GERMAN MERCHAN      | PEREIRA      |
| CENTRALES CENTENARIO                        | JAIME SALDARRIAGA   | PEREIRA      |
| CENTRALES CUBA                              | WILLIAM PUERTA      | PEREIRA      |
| CENTRALES DOSQUEBRADAS                      | GERMAN MERCHAN      | PEREIRA      |
| MERCAYA LA INTEGRIDAD                       | OLGA LUCIA CASTAÑO  | PEREIRA      |
| MERCAYA                                     | ANIBAL VASQUEZ      | PEREIRA      |
| ASUHOGAR                                    | JOHN SALAZAR        | PEREIRA      |
| OLIMPICA GAMA                               | JORGE E. ORREGO     | PEREIRA      |
| OLIMPICA CUBA                               |                     | PEREIRA      |
| SUPERMERCADO LA 28                          | LEONARDO OROZCO     | PEREIRA      |
| EMPRENDER                                   |                     | PEREIRA      |
| MERCAMAS/<br>COMERCIALIZADORA LA<br>BONANZA |                     | DOSQUEBRADAS |
| MAKRO                                       | ALEXANDER JARAMILLO | DOSQUEBRADAS |
| CARREFOUR                                   |                     |              |
| SUPERMERCADO EL CAFETAL                     |                     |              |
| SUPERMERCADO MI VIEJO<br>PARIS              |                     |              |

|                             |  |             |
|-----------------------------|--|-------------|
| SUPERTIENDA MERCALA         |  | ALCALA      |
| SUPERMERCADO LA ECONOMIA    |  | SANTA ROSA  |
| CENTRALES                   |  | SANTA ROSA  |
| COMFAMILIAR                 |  | SANTA ROSA  |
| SUPERMERCADO UNO A          |  | PEREIRA     |
| LA AVENIDA                  |  | PEREIRA     |
| LOS ARRIEROS                |  | PEREIRA     |
| COOPERATIVA DE CAFICULTORES |  | SANTA ROSA  |
| SUPERMERCADO EL PAISA       |  | CHINCHINA   |
| LAS CUATRO MILPAS           |  | CHINCHINA   |
| EL COMPETIDOR               |  | CHINCHINA   |
| MERKAFÁN                    |  | CHINCHINA   |
| MERCA-TODO                  |  | CHINCHINA   |
| EL PROVEEDOR                |  | ANSERMA     |
| LA REMESA                   |  | ANSERMA     |
| EL LIBERTADOR               |  | ANSERMA     |
| LA ECONOMIA                 |  | LA VIRGINIA |
| SUPERMERCADO LA CANASTA     |  | LA VIRGINIA |
| EL CUCUTENO                 |  | LA VIRGINIA |
| EL COMPETIDOR               |  | LA VIRGINIA |

|                            |                      |            |
|----------------------------|----------------------|------------|
| GALERIAS CARTAGO           |                      | CARTAGO    |
| SUPERMERCADO CENTRALES     |                      | CARTAGO    |
| OLIMPICA                   |                      | CARTAGO    |
| RAPITIENDA SANTA LUCIA N.1 |                      | CARTAGO    |
| OLIMPICA NORTE             | JESUS MARIA OCAMPO   | ARMENIA    |
| ÉXITO BOSQUE               | ORLANDO LOZADA       | ARMENIA    |
| ÉXITO CENTRO               | HENRY CASTRO         | ARMENIA    |
| CENTRALES 1                | HAIDER LOPERA        | ARMENIA    |
| CENTRALES II               | NELSY MONTES         | ARMENIA    |
| LAURELES                   | ARACELY ALZATE       | ARMENIA    |
| EL COLISEO                 | FABI JARAMILLO       | ARMENIA    |
| VENTANILLA VERDE           | LUIS EDUARDO LONDOÑO | ARMENIA    |
| SUPERMERCADO CRISTAL       | GERMAN GARCIA        | ARMENIA    |
| SUPERMERCADO DEL NORTE     |                      | ARMENIA    |
| OLIMPICA                   |                      | CALARCA    |
| SUPERMERCADO LA CANASTA    | MARIA VICTORIA ACERO | CALARCA    |
| OLIMPICA MONTENEGRO        | HAINOBER LOPEZ       | CALARCA    |
| OLIMPICA QUIMBAYA          | EDISON ESCOBAR       | QUIMBAYA   |
| OLIMPICA I                 |                      | CAICEDONIA |
| OLIMPICA II                |                      | CAICEDONIA |
| OLIMPICA                   |                      | SEVILLA    |
| MERKAR                     |                      | SEVILLA    |

|                             |  |           |
|-----------------------------|--|-----------|
| SUPERMERCADO DEL CENTRO     |  | MANIZALES |
| LA 14                       |  | MANIZALES |
| SUPERMERCADO EL AHORRO N. 1 |  | MANIZALES |
| SUPERMERCADO EL AHORRO N. 2 |  | MANIZALES |
| TM & CIA                    |  | MANIZALES |
| ALMACENES ÉXITO S.A         |  | MANIZALES |

FUENTE: CÁMARA DE COMERCIO

**ANEXO A****CUESTIONARIO PARA PRODUCTORES DE FRUTA  
REGIÓN NORTE DEL VALLE DEL CAUCA  
DICIEMBRE 13 DEL 2003**

Se realizaron las encuestas a los productores de la región con el fin de obtener información sobre su localización, capacidad productiva y sus productos, apreciaciones sobre el mercado (precios, canales de distribución, calidad, etc.), asistencia técnica y conformidad con el sistema de comercialización actual; por lo tanto se realizó el siguiente cuestionario, el cual cada uno diligenció luego de intercambiar diferentes apreciaciones acerca de cada punto.

**PROYECTO COMERCIALIZADORA DE FRUTAS OCCIFRUTAS tda.**

Cuestionario No.\_\_\_\_

1) Dónde se encuentra ubicada su actividad agrícola?

- a) La Unión \_\_\_\_\_
- b) Roldanillo\_\_\_\_\_
- c) Bolívar \_\_\_\_\_
- d) El Dovio \_\_\_\_\_
- e) Versalles \_\_\_\_\_

2) Cuales son los productos a los cuales dedica sus recursos?

- a) Papaya \_\_\_\_\_
- b) Melón \_\_\_\_\_
- c) Granadilla \_\_\_\_\_
- d) Uva \_\_\_\_\_
- e) Maracuyà\_\_\_\_\_



f) Otro \_\_\_\_\_

3) El transporte de los productos vendidos hasta la bodega de acopio lo hace:

a) Quien los vende \_\_\_\_\_

b) Quien los compra \_\_\_\_\_

1. Según los requerimientos de calidad por parte del mercado actual, usted cree que sus productos son de calidad:

a) Excelente \_\_\_\_\_

b) Bueno \_\_\_\_\_

c) Aceptable \_\_\_\_\_

5) Está de acuerdo con las condiciones actuales de negociación de sus cosechas? ¿Por qué?

a) Si

b) No

6) Considera que la asistencia técnica en sus cultivos es:

- a) Muy necesaria \_\_\_\_\_
- b) Con frecuencia necesaria \_\_\_\_\_
- c) Indiferente \_\_\_\_\_

7) Usted vende sus productos a:

- a) Un solo comprador siempre \_\_\_\_\_
- b) Cualquier comprador \_\_\_\_\_
- c) Quien realice acuerdo de compraventa \_\_\_\_\_

8) Su capacidad de producción mensual está entre.

- a) papaya \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_
- b) melón \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_
- c) granadilla \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_
- d) uva \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_
- e) maracuyá \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_

9) Los precios de venta de sus cosechas para quienes producen, granadilla, melón, maracuyà, papaya, oscilan entre:

a) Granadilla \$\_\_\_\_\_ y \$\_\_\_\_\_

b) Melón \$\_\_\_\_\_ y \$\_\_\_\_\_

c) Papaya \$\_\_\_\_\_ y \$\_\_\_\_\_

d) Maracuyà \$\_\_\_\_\_ y \$\_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU tda. RACIÓN.

Nombre del encuestado: \_\_\_\_\_

**TABULACIÓN INFORMACIÓN ENCUESTA A PRODUCTORES**  
**TOTAL ENCUESTADOS= 84**

**PREGUNTA 1**

| <b>Ubicación productores</b> | <b>V/r Absoluto</b> | <b>V/r Relativo</b> |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| la Unión                     | 28                  | 33,3%               |
| Roldanillo                   | 24                  | 28,6%               |
| Bolívar                      | 8                   | 9,5%                |
| El Dovio                     | 10                  | 11,9%               |
| Versalles                    | 14                  | 16,7%               |
| <b>Total</b>                 | <b>84</b>           | <b>100,0%</b>       |

**PREGUNTA 2**

| <b>Productos a los cuales se dedica</b> | <b>V/r Absoluto</b> | <b>V/r Relativo</b> |
|---|---------------------|---------------------|
| papaya                                  | 18                  | 21,4%               |
| melón                                   | 22                  | 26,2%               |
| granadilla                              | 12                  | 14,3%               |
| uva                                     | 11                  | 13,1%               |
| maracuyá                                | 15                  | 17,9%               |
| otros                                   | 6                   | 7,1%                |
| <b>Total</b>                            | <b>84</b>           | <b>100,0%</b>       |

**PREGUNTA 3**

| <b>El transporte de los productos vendidos lo hace</b> | <b>V/r Absoluto</b> | <b>V/r Relativo</b> |
|--|---------------------|---------------------|
| Quien los vende  | 33                  | 39,3%               |
| Quien los compra                                       | 51                  | 60,7%               |
| <b>Total</b>   | <b>84</b>           | <b>100,0%</b>       |

**PREGUNTA 4**

| <b>Calidad de los productos según los agricultores</b> | <b>V/r Absoluto</b> | <b>V/r Relativo</b> |
|--|---------------------|---------------------|
| excelente  | 70                  | 83,3%               |
| bueno  | 12                  | 14,3%               |
| aceptable  | 2                   | 2,4%                |
| <b>Total</b>   | <b>84</b>           | <b>100,0%</b>       |

**PREGUNTA 5**

| Está de acuerdo con las negociaciones actuales para vender sus productos? | V/r Absoluto | V/r Relativo  |
|---|--------------|---------------|
|   |              |               |
| si  | 25           | 29,8%         |
| no  | 53           | 63,1%         |
| <b>Total</b>  | <b>84</b>    | <b>100,0%</b> |

| Según la información suministrada a la pregunta 5, se obtuvieron los siguientes datos |              |               |
|---|--------------|---------------|
| complementarios   | V/r Absoluto | V/r Relativo  |
| demoras en los pagos  | 25           | 29,8%         |
| incumplimientos a la hora de recoger los productos                                    | 20           | 23,8%         |
| compradores inestables en las compras   | 39           | 46,4%         |
| <b>Total</b>  | <b>84</b>    | <b>100,0%</b> |

**PREGUNTA 6**

| Considera la asistencia técnica: | V/r Absoluto | V/r Relativo  |
|----------------------------------|--------------|---------------|
| muy necesaria                    | 56           | 66,7%         |
| con frecuencia necesaria         | 23           | 27,4%         |
| indiferente                      | 5            | 6,0%          |
| <b>Total</b>                     | <b>84</b>    | <b>100,0%</b> |

**PREGUNTA 7**

| Usted vende sus productos a:    | V/r Absoluto | V/r Relativo  |
|---------------------------------|--------------|---------------|
| un solo comprador siempre       | 12           | 14,3%         |
| cualquier comprador             | 43           | 51,2%         |
| quien realice acuerdo de compra | 29           | 34,5%         |
| <b>Total</b>                    | <b>84</b>    | <b>100,0%</b> |

**PREGUNTA 8**

| Su capacidad de producción mensual está: | cantidades producidas mes |             |           |
|--|---------------------------|-------------|-----------|
|  | Promedio                  | Productores | Total Kg. |
| Granadilla                               | 1000                      | 12          | 12000     |

|                        |      |    |               |
|------------------------|------|----|---------------|
| melón                  | 1800 | 22 | 39600         |
| papaya                 | 2100 | 18 | 37800         |
| maracuyá               | 1500 | 15 | 22500         |
| <b>Total Toneladas</b> |      |    | <b>111900</b> |

\*La información obtenida sobre precios no es exacta, debido a las fluctuaciones en los mismos, sin embargo se calcularon precios promedios con base a los mínimos y máximos suministrados por los productores según su experiencia.

**PREGUNTA 9**

| Los precios de venta oscilan | información de precios |             |              |
|------------------------------|------------------------|-------------|--------------|
|                              | precio min             | precio max. | Precio prom. |
| Granadilla                   | 800                    | 2000        | <b>1400</b>  |
| melón                        | 300                    | 1200        | <b>750</b>   |
| papaya                       | 300                    | 800         | <b>550</b>   |
| maracuyá                     | 400                    | 1200        | <b>800</b>   |

**Análisis información obtenida en la encuesta realizada a los productores de la región Norte del Valle del Cauca.**

Según la información obtenida, existe una amplia oportunidad en términos de ubicación para adquirir frutas en el mercado de la Unión, Roldanillo, Bolívar, El Dovio y Versalles en donde se encuentran los 84 productores encuestados. No obstante, la mayor concentración de los productores se encuentra en la Unión y Roldanillo, con una representación del 62% aproximadamente, mientras los demás municipios se encuentran relativamente cerca entre sí, lo cual hace posible menores costos de transporte, aprovechar las ventajas en cuanto a la experiencia de la mano de obra, disponibilidad de bodegas relativamente aptas para el acopio de frutas, entre otras.

En términos de producción, los encuestados afirmaron obtener de sus cosechas mensualmente un promedio de 1000 Kg, de granadilla, 1800 de melón, 2100 de papaya y 1500 de maracuyá. Con ello podemos inducir que dicho mercado puede ofrecer una cantidad importante de estas frutas si se quiere ingresar a su comercialización. Encontramos además que los precios son muy variables por lo que los encuestados expresaron precios máximos y mínimos.

Es muy importante señalar que el 61% de los encuestados expresaron no estar muy conformes con los comercializadores actuales, quienes a su criterio se demoran en los pagos, incumplen a la hora de recoger los productos y además no son fieles al proveedor.

Los productores consideran muy importante la asistencia técnica ya que esta se vería reflejada en la calidad de las frutas y mayor productividad.

Según el 51% de los encuestados, considera que sus productos son vendidos a cualquier comercializador, lo cual se podría interpretar como la inexistencia de compradores con un mercado monopolizado. El resto considera importante vender sus productos en forma estable a través de acuerdos de compra.

El transporte de las frutas hacia el centro de acopio no siempre lo realizan los compradores ya que estos solo lo hacen con un 60% de los encuestados.

## **ANEXO B**

### **CUESTIONARIO PARA LAS SUPERFICIES COMERCIALES**



**REGION NORTE DEL VALLE DEL CAUCA Y EJE CAFETERO**  
**DICIEMBRE 13 DEL 2003**

Se realizaron las encuestas a 74 (setenta y cuatro) distribuidores de fruta de la región Norte del Valle del Cauca y el Eje Cafetero, con el fin de obtener información sobre que productos compran, cantidades, rotación, periodos de compra, proveedores, precios, pago a proveedores. Por lo tanto se realizo el siguiente cuestionario, el cual cada uno diligenció luego de intercambiar diferentes apreciaciones acerca de cada punto.

**PROYECTO COMERCIALIZADORA DE FRUTAS OCCIFRUTAS tda.**

Cuestionario No. \_\_\_\_\_

1) Su cadena compra:

- |               |          |          |
|---------------|----------|----------|
| a) Melón      | SÍ _____ | NO _____ |
| b) Granadilla | SÍ _____ | NO _____ |
| c) Papaya     | SÍ _____ | NO _____ |
| d) Maracuya   | SÍ _____ | NO _____ |

2) ¿Qué rotación tienen estas frutas en los estantes?

- a) Un día \_\_\_\_\_
- b) Cada dos días \_\_\_\_\_
- c) Cada tres días \_\_\_\_\_

3) ¿Con qué periodicidad se proveen los clientes?

- a) Un día \_\_\_\_\_
- b) Tres días \_\_\_\_\_

c) Ocho días \_\_\_\_\_

4) ¿La mayoría de los clientes están ubicados en que estrato?

a) 1 y 2 \_\_\_\_\_

b) 3 y 4 \_\_\_\_\_

c) 5 y 6 \_\_\_\_\_

5) ¿Con qué periodicidad se provee el almacén?

a) Una vez a la semana \_\_\_\_\_

b) Dos veces semana \_\_\_\_\_

c) Tres veces semana \_\_\_\_\_

6) ¿Cuál es su promedio día para cancelar los pedidos?

a) Ocho días \_\_\_\_\_

b) Doce días \_\_\_\_\_

c) Quince días \_\_\_\_\_

7) ¿Cuál es el cupo promedio para los proveedores?

a) Entre \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_

b) Entre \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_

c) Entre \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_

d) Entre \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_

e) Entre \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_

8) ¿Está dispuesto a aceptar otro proveedor?

a) SÍ\_\_\_\_\_ b) NO\_\_\_\_\_

9) ¿Actualmente que cantidad semanal compran de estas frutas

| FRUTA      | 100 y 200 Kg | 200 y 300 Kg. | 300 y 400 Kg. | 400 y 500 Kg. |
|------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| Granadilla |              |               |               |               |
| Melón      |              |               |               |               |
| Papaya     |              |               |               |               |
| Maracuya   |              |               |               |               |

10)Cuál es el precio promedio de compra de los productos según su experiencia?

a) Granadilla

b) Melón

c) Papaya

d) Maracuyà

GRACIAS POR SU tda. RACIÓN

Nombre del Formato Comercial: \_\_\_\_\_

Clasificación del formato comercial: \_\_\_\_\_

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 74

TABULACIÒN DE LA INFORMACIÒN

PREGUNTA 1

| Su cadena compra? |                 |              |
|-------------------|-----------------|--------------|
|                   | V/r<br>Absoluto | V/r Relativo |
| Melón             | 74              | 100%         |

|            |    |      |
|------------|----|------|
| Granadilla | 74 | 100% |
| Papaya     | 74 | 100% |
| Maracuya   | 65 | 88%  |

\* Estas cuatro frutas gozan de plena aceptación en el mercado, lo cual confirma que existe una buena oportunidad de negocio al comercializar dichos productos.

#### PREGUNTA 2

| Qué rotación tienen estas frutas en los estantes? |              |              |
|---|--------------|--------------|
|   | V/r Absoluto | V/r Relativo |
| a) 1 día  | 0            | 0            |
| b) 2 días   | 27           | 37%          |
| c) 3 días   | 47           | 63%          |
| <b>Totales</b>                                    | <b>74</b>    | <b>100%</b>  |

#### PREGUNTA 3

| Con qué periodicidad se proveen los clientes? |              |              |
|---|--------------|--------------|
|   | V/r Absoluto | V/r Relativo |
| a) 1 día                                      | 4            | 5%           |
| b) 3 días                                     | 50           | 68%          |
| c) 8 días                                     | 20           | 27%          |
| <b>Totales</b>                                | <b>74</b>    | <b>100%</b>  |

#### PREGUNTA 4

| La mayoría de los clientes están ubicados en que estrato? |              |              |
|---|--------------|--------------|
|   | V/r Absoluto | V/r Relativo |
| a) 1 y 2  | 10           | 14%          |
| b) 3 y 4  | 49           | 66%          |
| c) 5 y 6  | 15           | 20%          |
| <b>Total</b>  | <b>74</b>    | <b>100%</b>  |

## PREGUNTA 5

| Con qué periodicidad se provee el almacén? |              |              |
|--|--------------|--------------|
|  | V/r Absoluto | V/r Relativo |
| a) 1 vez semana                            | 0            | 0%           |
| b) 2 veces semana                          | 32           | 43%          |
| c) 3 veces semana                          | 42           | 57%          |
| <b>Total</b>                               | <b>74</b>    | <b>100%</b>  |

## PREGUNTA 6

| Cual es su promedio en días para cancelar los pedidos? |               |               |
|--|---------------|---------------|
|  | V/r. Absoluto | V/r. Relativo |
| a) 8 días  | 15            | 20%           |
| b) 12 días   | 10            | 14%           |
| c) 15 días   | 49            | 66%           |
| <b>Total</b>   | <b>74</b>     | <b>100%</b>   |

## REGUNTA 7

| Cuál es el cupo mensual promedio para los proveedores ¿ |               |               |
|---|---------------|---------------|
| rango   | V/r. Absoluto | V/r. Relativo |
| a) entre 800 y 1000 kg                                  | 47            | 64%           |
| b) entre 1000 y 1100 kg                                 | 16            | 22%           |
| c) entre 1100 y 1200 kg                                 | 8             | 10%           |
| d) más de 1200 kg                                       | 3             | 4%            |
| <b>total</b>  | <b>74</b>     | <b>100%</b>   |

## PREGUNTA 8

| Está dispuesto a aceptar otro proveedor? |               |               |
|--|---------------|---------------|
|  | V/r. Absoluto | V/r. Relativo |
| a) si                                    | 19            | 26%           |
| b) no                                    | 55            | 74%           |
| <b>Total</b>                             | <b>74</b>     | <b>100%</b>   |

**PREGUNTA 9**

| <b>Actualmente qué cantidad compra de cada fruta al mes?*</b> |                      |                      |
|---|----------------------|----------------------|
| <b>MELON</b>  | <b>Vr. Absoluto</b>  | <b>V/r. Relativo</b> |
| 800 y 1000 kg.  | 49                   | 66%                  |
| 1000 y 1200   | 22                   | 30%                  |
| mas de 1200 kg  | 3                    | 4%                   |
| <b>Total</b>  | <b>74</b>            | <b>100%</b>          |
|   |                      |                      |
| <b>PAPAYA</b>   | <b>V/r. Absoluto</b> | <b>V/r. Relativo</b> |
| 800 y 1000 kg.  | 54                   | 73%                  |
| 1000 y 1200   | 17                   | 23%                  |
| mas de 1200 kg  | 3                    |                      |
| <b>Total</b>  | <b>74</b>            | <b>100%</b>          |
|   |                      |                      |
| <b>GRANADILLA</b>   | <b>V/r. Absoluto</b> | <b>V/r. Relativo</b> |
| 700 Y 800 kg.   | 48                   | 65%                  |
| 800 y 1000 kg.  | 23                   | 31%                  |
| mas de 1200 kg  | 3                    |                      |
| <b>Total</b>  | <b>74</b>            | <b>100%</b>          |
|   |                      |                      |
| <b>MARACUYÀ</b>   | <b>V/r. Absoluto</b> | <b>V/r. Relativo</b> |
| 800 y 1000 kg.  | 25                   | 34%                  |
| 1000 y 1200   | 46                   | 62%                  |
| mas de 1200 kg  | 3                    | 4%                   |
| <b>Total</b>  | <b>74</b>            | <b>100%</b>          |

\*estimaciones mensuales calculadas con base a la información obtenida por semanas

**PREGUNTA 10**

| <b>Cuál es el precio promedio de compra por producto ¿</b> |            |            |             |            |
|--|------------|------------|-------------|------------|
| <b>precio promedio</b>                                     | <b>750</b> | <b>550</b> | <b>1400</b> | <b>800</b> |
| Melón  | 74         | 0          | 0           | 0          |
| Papaya   | 0          | 74         | 0           | 0          |
| Granadilla   | 0          | 0          | 74          | 0          |
| Maracuyà   | 0          | 0          | 0           | 74         |



\* los valores promedio son estimados según los compradores, ya que no existe una fuente exacta de precios y sus variaciones.

De la pregunta 9 qué cantidad compra de fruta al mes se obtiene la siguiente demanda

| Tabulación de la demanda total según superficie comercial y producto. |                 |                  |            |            |            |            |
|---|-----------------|------------------|------------|------------|------------|------------|
|   |                 |                  | Producto   |            |            |            |
| detalle   | clasificación** | demanda mes/ton* | melón      | maracuyà   | papaya     | granadilla |
| grandes superficies   | 3               | 111              | 34         | 37         | 28         | 12         |
| medianas superficies  | 46              | 435              | 130        | 145        | 115        | 45         |
| pequeñas superficies  | 25              | 110              | 33         | 36         | 30         | 11         |
| <b>total superficies</b>  | <b>74</b>       | <b>656</b>       | <b>197</b> | <b>218</b> | <b>173</b> | <b>68</b>  |

\*según las frutas investigadas

\*\*según clasificación comercial

esta demanda se refiere al mercado total del eje cafetero y norte del valle.

| Tabulación de la demanda total según superficie comercial y producto.* |               |                 |            |            |           |            |
|--|---------------|-----------------|------------|------------|-----------|------------|
|  |               |                 | Producto   |            |           |            |
| detalle  | clasificación | demanda mes/ton | melón      | maracuyà   | papaya    | granadilla |
| grandes superficies  | 3             | 110             | 33         | 37         | 28        | 12         |
| medianas superficies   | 10            | 169             | 51         | 56         | 45        | 17         |
| pequeñas superficies   | 6             | 60              | 18         | 20         | 16        | 6          |
| <b>total superficies</b>   | <b>19</b>     | <b>339</b>      | <b>102</b> | <b>113</b> | <b>89</b> | <b>35</b>  |

\* Esta demanda se obtiene luego de seleccionar los distribuidores más representativos dentro del mercado total

De la pregunta 7 Cual sería el promedio para un nuevo proveedor se obtiene la siguiente información de acuerdo a la clasificación de las superficies comerciales

| Demanda promedio de frutas según superficie comercial |                  |              |               |                   |                 |
|---|------------------|--------------|---------------|-------------------|-----------------|
|   |                  |              |               |                   |                 |
| <b>GRANDES SUPERFICIES</b>                            | <b>Toneladas</b> | <b>melón</b> | <b>papaya</b> | <b>granadilla</b> | <b>maracuyá</b> |
| Olimpica Pereira                                      | 6                | 1,8          | 1,6           | 0,6               | 2,0             |
| La 14   | 7                | 2,1          | 1,9           | 0,7               | 2,3             |
| Carrefour   | 6                | 1,8          | 1,6           | 0,6               | 2,0             |
| <b>Sub Total</b>                                      | 19               | 5,7          | 5,1           | 1,9               | 6,3             |
| <b>MEDIANAS SUPERFICIES</b>                           |                  |              |               |                   |                 |
| Comercializadora La Bonanza                           | 4                | 1,2          | 1,1           | 0,4               | 1,3             |
| Galerías  | 4                | 1,2          | 1,1           | 0,4               | 1,3             |
| Olimpica Cartago                                      | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Centrales Centenario                                  | 3                | 0,9          | 0,8           | 0,3               | 1,0             |
| Centrales Colombia                                    | 3                | 0,9          | 0,8           | 0,3               | 1,0             |
| Olimpica Dosquebradas                                 | 3                | 0,9          | 0,8           | 0,3               | 1,0             |
| Supermercado La 29                                    | 4                | 1,2          | 1,1           | 0,4               | 1,3             |
| Supermercado Mi Viejo Paris                           | 3                | 0,9          | 0,8           | 0,3               | 1,0             |
| Centrales Cartago                                     | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Supermercado el Cafetal                               | 3                | 0,9          | 0,8           | 0,3               | 1,0             |
| <b>Sub Total</b>                                      | 30               | 9            | 8,0           | 3                 | 10,0            |
| <b>PEQUEÑAS SUPERFICIES</b>                           |                  |              |               |                   |                 |
| Centrales Cuba  | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Centrales Dosquebradas                                | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Mercaya   | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Supermercado a su Hogar                               | 1                | 0,3          | 0,3           | 0,1               | 0,3             |
| Supermercado La 28                                    | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| Supermercado La Avenida                               | 2                | 0,6          | 0,5           | 0,2               | 0,7             |
| <b>Sub Total</b>                                      | 11               | 3,3          | 2,9           | 1,1               | 3,7             |
| <b>Total Promedio Mes</b>                             | <b>60</b>        | <b>18</b>    | <b>16,0</b>   | <b>6</b>          | <b>20,0</b>     |

**Análisis de la información obtenida en la encuesta a realizada a los distribuidores de fruta en la región Norte del Valle del Cauca y Eje Cafetero.**

Según la información registrada, los compradores demandan una cantidad importante de dichos bienes, representado en 197 ton. De melón, 218 de maracuyà, 173 de papaya y 68 de granadilla. No obstante dicha cantidad está demandada en su mayoría por las superficies medianas quienes demandan alrededor de 435 toneladas mes. Cabe anotar también que en promedio el 80% de los compradores realizan sus pagos entre 12 y 15 días luego de recibir el producto, lo cual constituye un importante parámetro para las proyecciones financieras.

También es de interés anotar que no existe oposición por parte de los distribuidores a aceptar otro proveedor siempre y cuando se cumpla con los requerimientos de calidad y entrega exigidos, lo cual se convierte en una oportunidad de ingresar a dicho mercado a comercializar dichos productos.

En lo que concierne a los precios, se realizó una pregunta más relacionada con su experiencia que con datos realmente registrados, ya que no existen fuentes confiables en los que se pueda basar. Esta información arrojó precios que luego de ser tabulados pudieron ser estimados para efectos tanto financieros como técnicos.

El cupo mensual promedio para los proveedores se encuentra con mayor representatividad (86%) entre 800 y 1100 kg. Mensuales.

Los resultados obtenidos en la investigación tanto de la oferta como de la demanda para las frutas de interés, reflejan lo siguiente:

1. La oferta de frutas aunque suele ser variable debido a las fluctuaciones del mercado y a la desinformación de los productores sobre dichas variaciones, puede ser una gran oportunidad de negocio para la comercializadora OCCIFRUTAS tda., ya que una de las ventajas podría ser la posibilidad de brindarle a los productores apoyo técnico suficiente para que a la hora de sembrar, existan previos cálculos sobre los requerimientos del mercado en cuanto a calidad, cantidad y precios de los bienes, lo cual sería acordado con cada superficie comercial. Es decir, servir como mediadores en el proceso de comercializar el producto desde el mismo momento en que se inicia la siembra hasta que se entrega el producto.

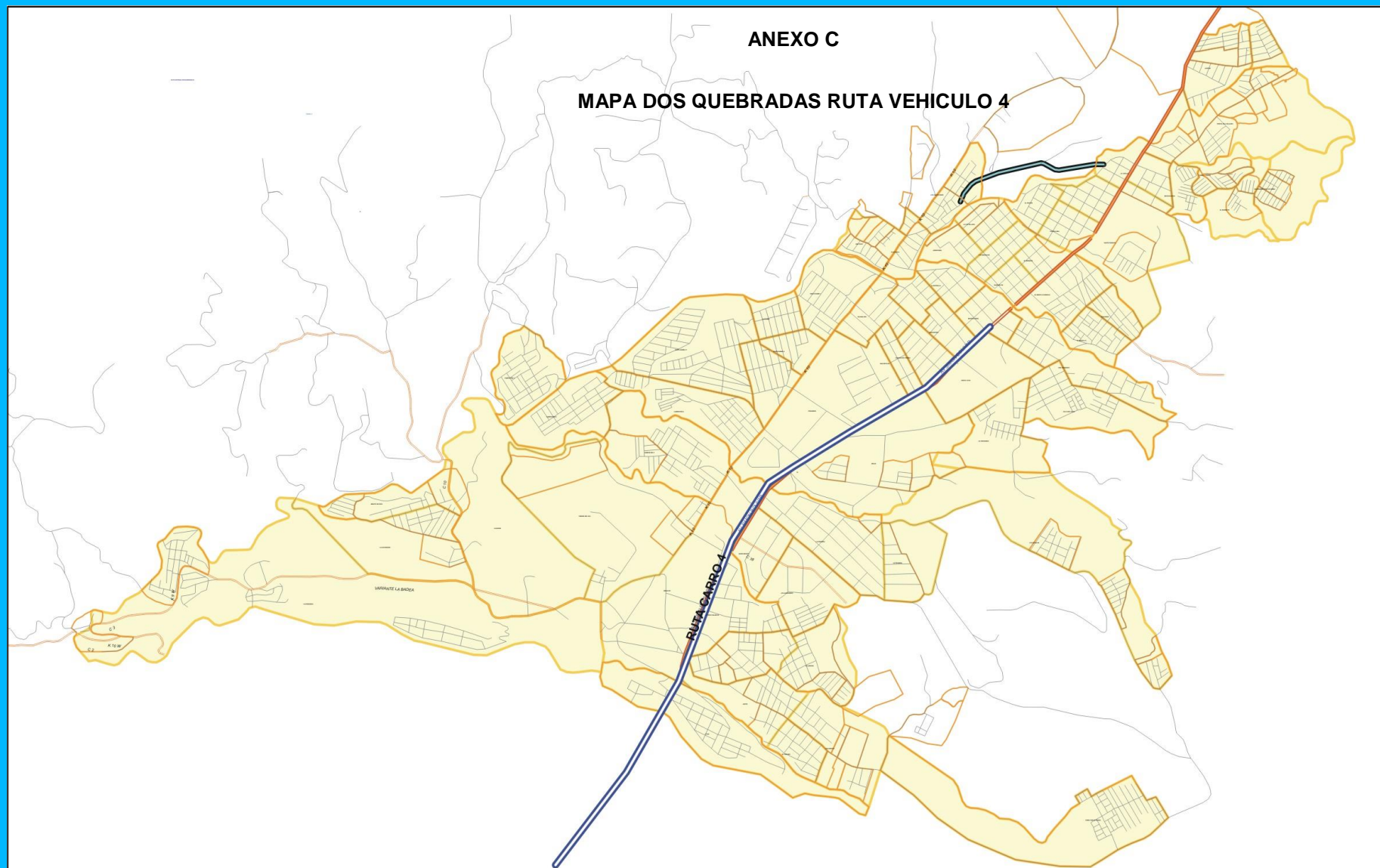
2. La oferta de las frutas de nuestro interés según los productores encuestados, es de 112 toneladas, mientras la demanda es de 60 toneladas. Ello implica que se puede pensar en realizar estrategias de mercado que permitan ingresar a participar en la comercialización de dichos bienes.

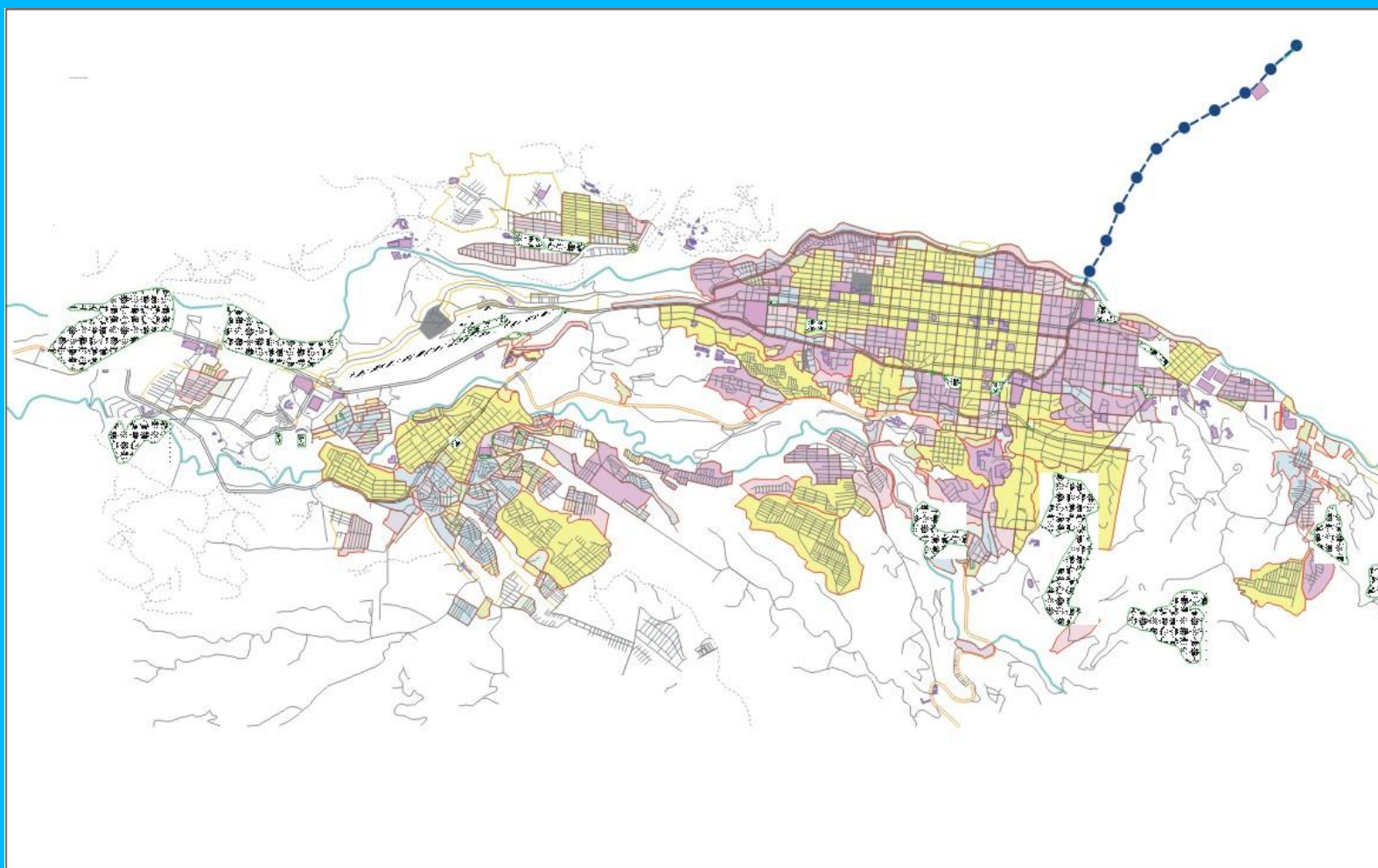
3. Los comercializadores no expresaron inconformidad ante la entrada de un nuevo proveedor, lo cual constituye una gran oportunidad de mercado.

4. La ubicación geográfica del centro de acopio en Roldanillo, permite estar cerca de los productores y también de los distribuidores.

2. OCCIFRUTAS puede llegar a convertirse en motor de desarrollo para los productores del norte del Valle del Cauca, ya que pretende eliminar problemas relacionados con la falta de apoyo técnico, planeación, acuerdos de compra-venta, incumplimiento en los pagos y compradores inestables.







*Con Calidad Sabor y Frescura*

## Fecha: \_\_\_\_\_



### PLANILLA INTERNA DIARIA DE ACTIVIDADES Y TIEMPO POR PEDIDO

| NOMBRES                     | Transporte inicial fruta (llegada) | Pesaje inicial | Selección | Lavado secado encerado | Puesta stiker | Revisión final | Empaque presentación | Pesaje final y despacho |
|-----------------------------|------------------------------------|----------------|-----------|------------------------|---------------|----------------|----------------------|-------------------------|
| 1. Conductor                | 2 h                                |                |           |                        |               |                |                      |                         |
| 2. Despachador y Supervisor | •                                  | • 1            | •         | •                      | •             | •              | •                    | • 2                     |
| 3. Operario 1               |                                    |                | 4 *       | 3 *                    |               |                |                      |                         |
| 4. Operario 2               |                                    |                | 4 *       | 3 *                    |               |                |                      |                         |
| 5. Operario 3               |                                    |                | 4 *       | 3 *                    |               |                |                      |                         |
| 6. Operario 4               |                                    |                |           |                        | 3 *           |                | 4 *                  |                         |
| 7. Operario 5               |                                    |                |           |                        | 3 *           |                | 4 *                  |                         |

\* Tiempo utilizado por operarios en la misma labor

- El supervisor deberá vigilar todo el proceso

Roldanillo - Valle - Teléfono: 229 7178



PLANTA FISICA  
COMERCIALIZADORA DE FRUTAS OCCIFRUTAS LTDA  
Esc. : 1:125

